

New Media Statistics

สถิติบริการสื่อใหม่

1-31 มีนาคม 2562



Twitter

Twitter.com/ThaiPBS

METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

Period : 1-31 Mar. 2019



Facebook

@ThaiPBSFan
@AMARINTVHD
@Thairath
@PPTVHD36
@Workpoint

Twitter

@ThaiPBS
@NationTV22
@Thairath_News
@PPTV
@SpringNews_TV



Instagram

@ThaiPBS
@PPTVHD36
@Thairath
@Voicetv
@Springnewstv

YouTube

/ThaiPBS
/NationTV22
/ThairathOnline
/VoiceTVHD
/PPTVThailandChannel



Twitter จำนวนการเติบโตของผู้ติดตาม (Follower)



สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 31 มี.ค. **2,625,824 Followers** (+ 16,271)

■ มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS
■ มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS

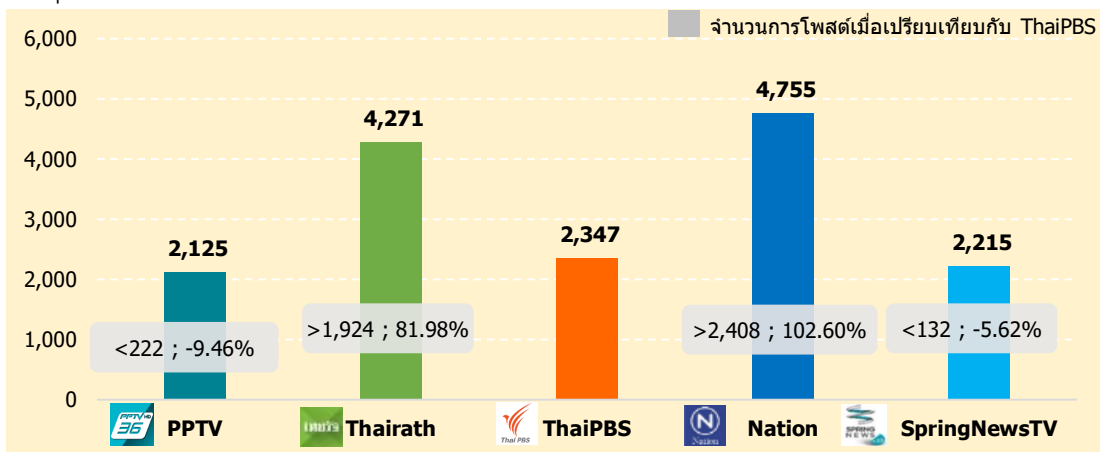
NO		USERNAME		Mar.19	Feb.19	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	2,928,608	2,895,546	+1.14
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,625,824	2,609,553	+0.62
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,442,015	2,442,404	-0.02
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,675,596	1,670,305	+0.32
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,439,158	1,439,071	+0.01
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	829,443	826,978	+0.30
7		NOW26_ktnews	NOW26	725,275	722,612	+0.37
8		MatichonOnline	มติชน	628,551	621,825	+1.08
9		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	568,776	563,380	+0.96
10		FM100.5	FM100.5	424,852	423,823	+0.24
11		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	388,362	383,719	+1.21
12		MCOT_Digital	MCOT	337,375	336,510	+0.26

NO		USERNAME		Mar.19	Feb.19	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	265,437	264,347	+0.41
14		TNNTThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	247,588	244,024	+1.46
15		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	220,557	219,220	+0.61
16		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	181,328	180,619	+0.39
17		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	174,240	169,835	+2.59
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	156,017	152,529	+2.29
19		OneHDThailand	วันชาแนล	130,922	128,169	+2.15
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	73,427	70,526	+4.11
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	68,687	65,452	+4.94
22		ThaiCH8	ช่อง 8	42,770	42,060	+1.69
23		ThaiTv5	ททบ.5	22,138	22,053	+0.39
24		mono_group	โมโน	409	410	-0.24

Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ ในแต่ละแบรนด์

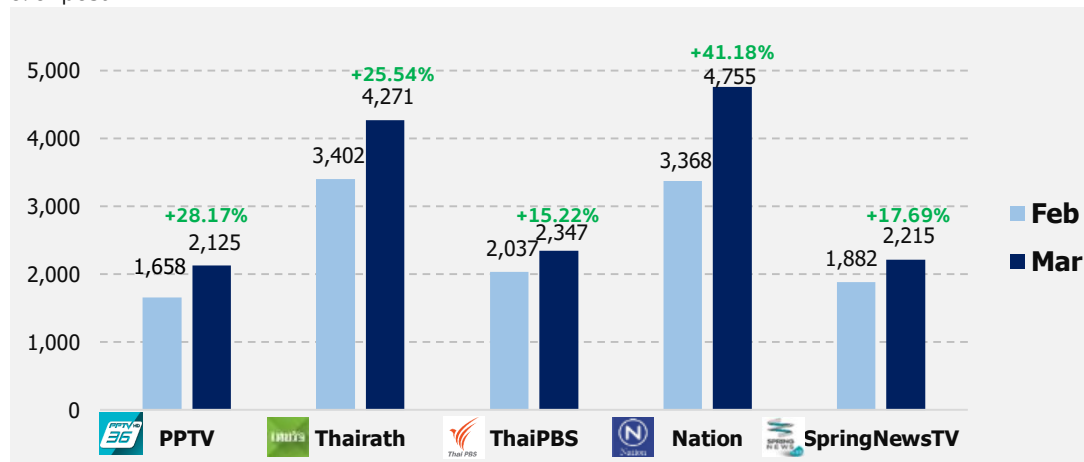
เปรียบเทียบปริมาณการทวิตในแต่ละแบรนด์

No. of post



เปรียบเทียบจำนวนการทวิต

No. of post



KEY FINDING

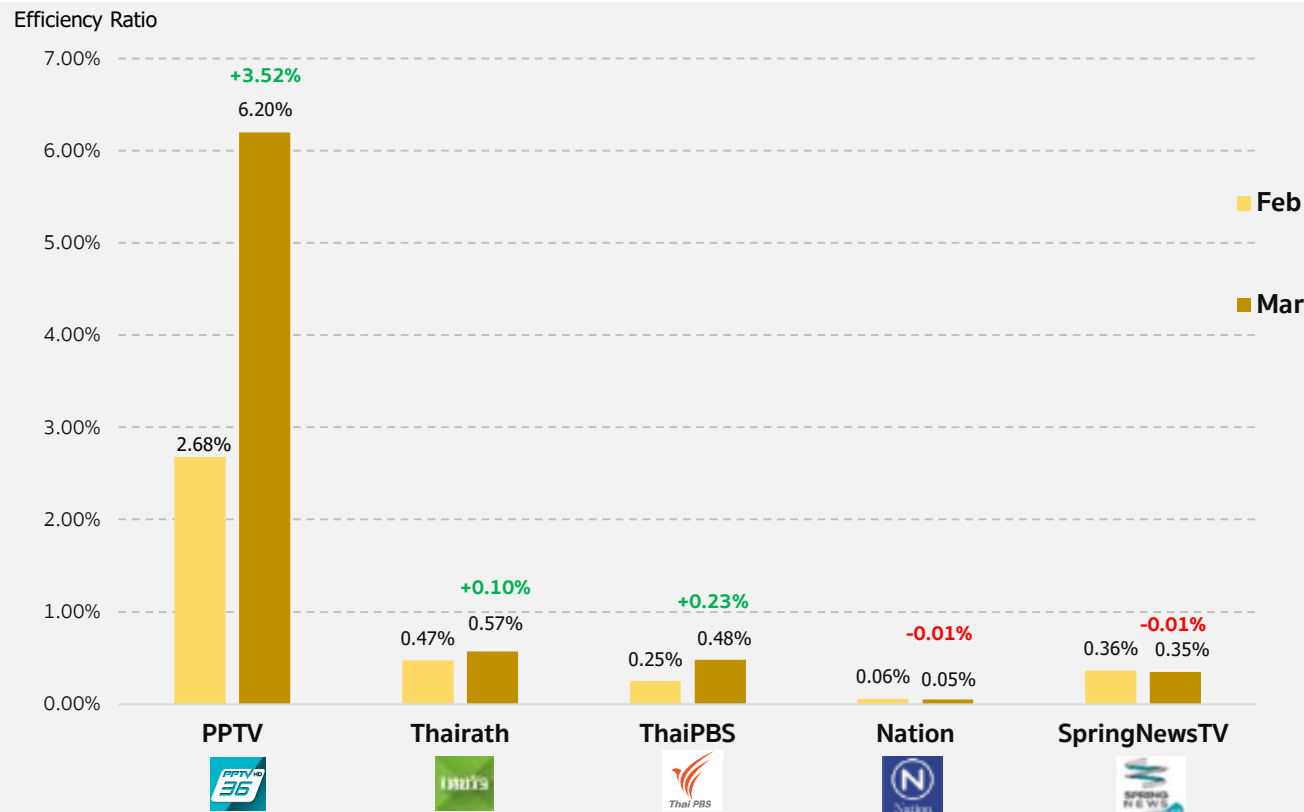
- ThaiPBS** : มีการทวิต 2,347 ข้อความ เพิ่มขึ้น จากเดือน ก.พ. 15.22% คิดเป็น 310 ข้อความทวิต โดยส่วนใหญ่เป็นการโพสต์เกี่ยวกับข่าวการเลือกตั้ง ปี 62 และรายการเกี่ยวกับการเมือง ตอบโจทย์เลือกตั้ง 62 (69 ทวิต)
- Thairath** : มีการทวิต 4,271 ข้อความ เพิ่มขึ้นจากเดือน ก.พ. 25.54% คิดเป็น 869 ข้อความทวิต โดยเน้นโพสต์ข่าวเลือกตั้ง 62 รวมถึงมีรายการ "ไทยรัฐดีเบต" มีการโปรโมตค่อนข้างมาก (359 ทวิต) โดยในบางทวิตใช้ภาษาพูดในการโปรโมต

ตัวอย่างการทวิตข้อความของ ThaiPBS และ Thairath



Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ ในแต่ละแบรนด์

Efficiency Ratio ประสิทธิภาพของทวิต



Note : *Efficiency Ratio = Total Engagement (Like + Share + Comment)/Standardize Fans for each post

KEY FINDING

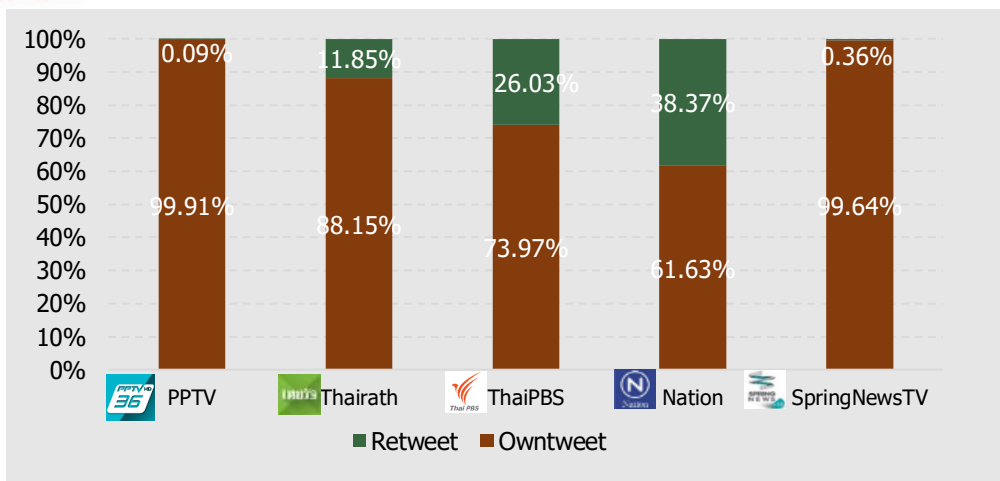
ThaiPBS : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 0.23% จากการทวิตข่าวสารการเลือกตั้ง ซึ่งเป็นช่วงที่ประชาชนกำลังให้ความสนใจ

- เน้นทวิตข่าว "การเลือกตั้ง ปี 62" (729 โพสต์) ข้อความทวิตที่ได้จำนวน Retweet สูงสุด 21,433 RTs คือ การแถลงข่าว "อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ลาออกจากหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ พร้อมขอบคุณพี่น้องประชาชนที่ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้ง"

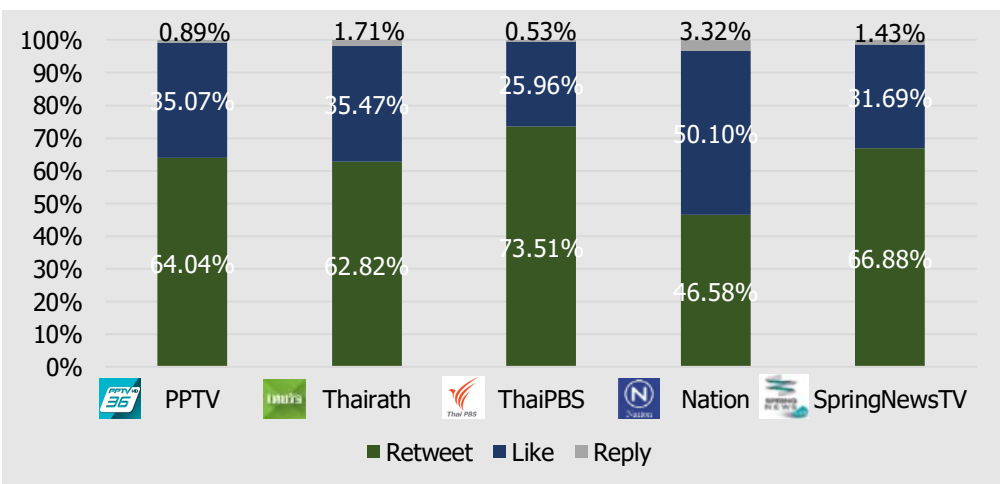
PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตสูงสุด 6.20% มี Efficiency Ratio เป็นอันดับ 1 จากการทวิตข่าวแถลงการ กกต. กรณี "เมื่อตัวเลขที่อ่านกับตัวเลขเอกสารที่แจกสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ทำให้ต้องมีการแถลงใหม่อีกครั้ง" ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ในตอนนี้ผู้คนกำลังให้ความสนใจในการนับคะแนน และแฟนเพจเข้ามา Reply ตาหนิกกต. ว่าทำงานไม่มีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มนับคะแนนไม่โปร่งใส ทำให้ PPTV ได้รับ Efficiency Ratio สูงเป็นอันดับ 1

Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ ในแต่ละแบรนด์

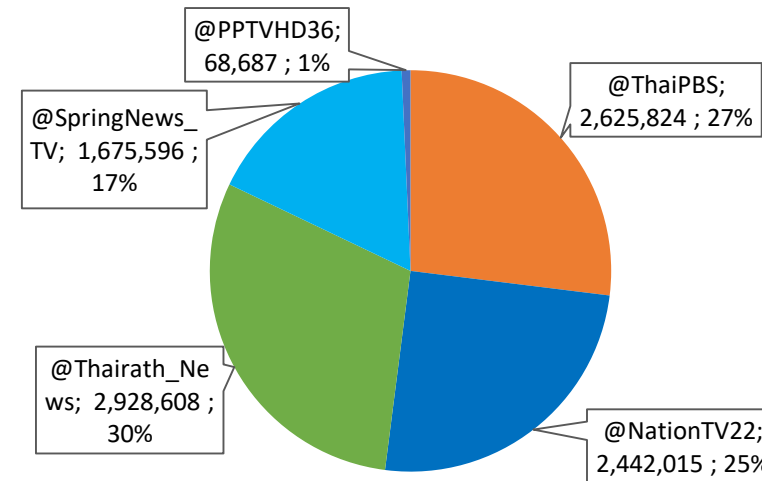
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละแบรนด์



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วม ในแต่ละแบรนด์



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละแบรนด์



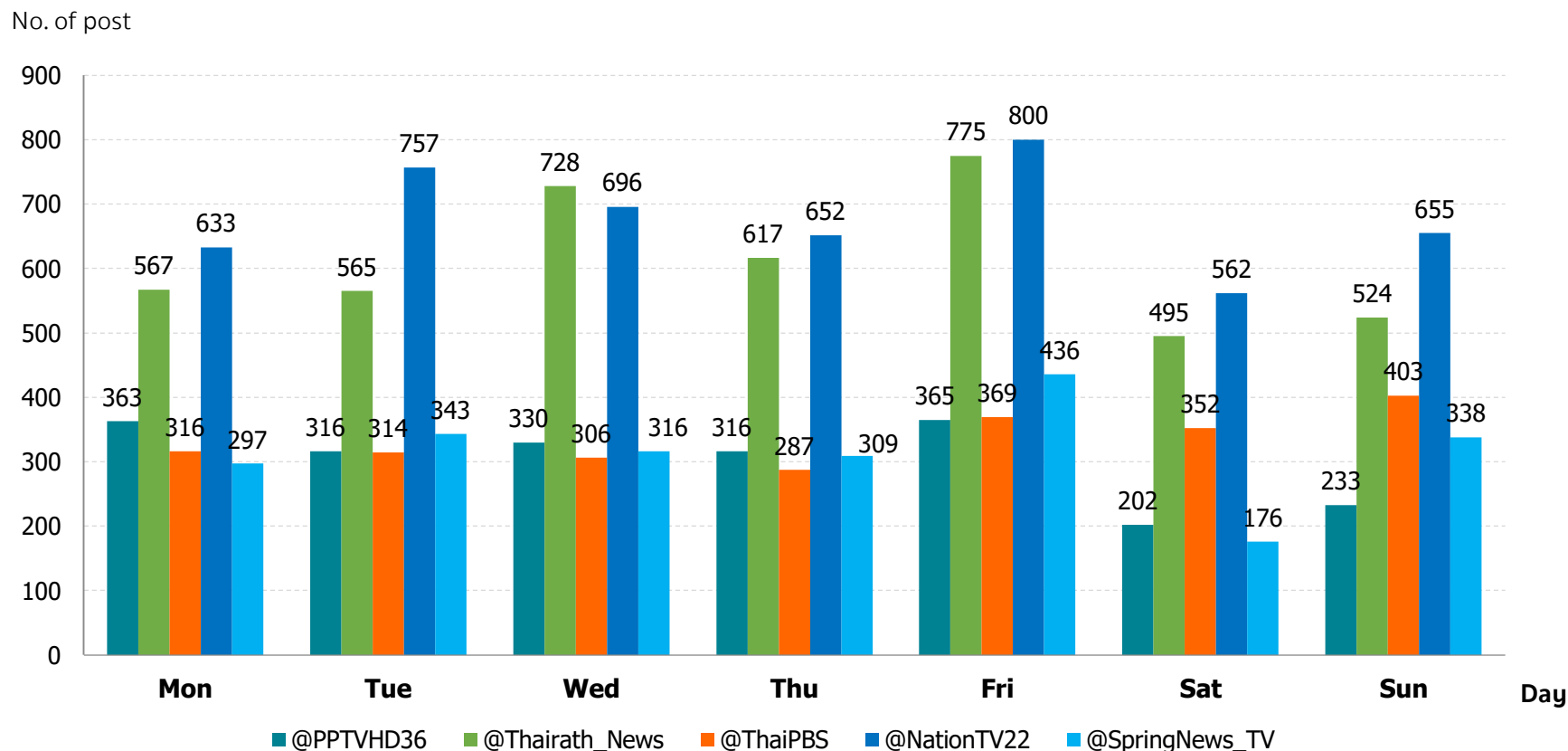
KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตรายการของ ThaiPBS เองเป็นหลัก เช่น Acc. @ThaiPBSNews ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีสัดส่วนการ Retweet 83,594 RTs และจำนวนผู้ติดตาม 2,609,553 Followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสนใจใน Twitter ของ ThaiPBS มากกว่าสื่ออื่น ๆ

PPTV : เป็นสื่อที่มีข้อความจาก Owntweet เกือบทั้งหมด เช่นเดียวกับ SpringNewsTV โดยส่วนใหญ่เป็นการทวิตเกี่ยวกับข่าวการเลือกตั้ง, กีฬาฟุตบอลต่างประเทศ รวมถึงข่าวศิลปิน นักแสดง เช่น "องชองวู กับโมเมนต์คิวท์ๆ ในงานแถลงข่าว ก่อนจัดเต็มแฟนมีตติ้งเดี่ยว ONG SEONG WU 1st Fan meeting in Thailand" ทำให้ได้รับ Interaction Rate และ มี Fans Change Rate สูงเป็นอันดับ 1

Twitter ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละแชนแนล

Day of Tweet เปรียบเทียบปริมาณการทวีตของ 5 แชนแนลสื่อ (แยกรายวัน)

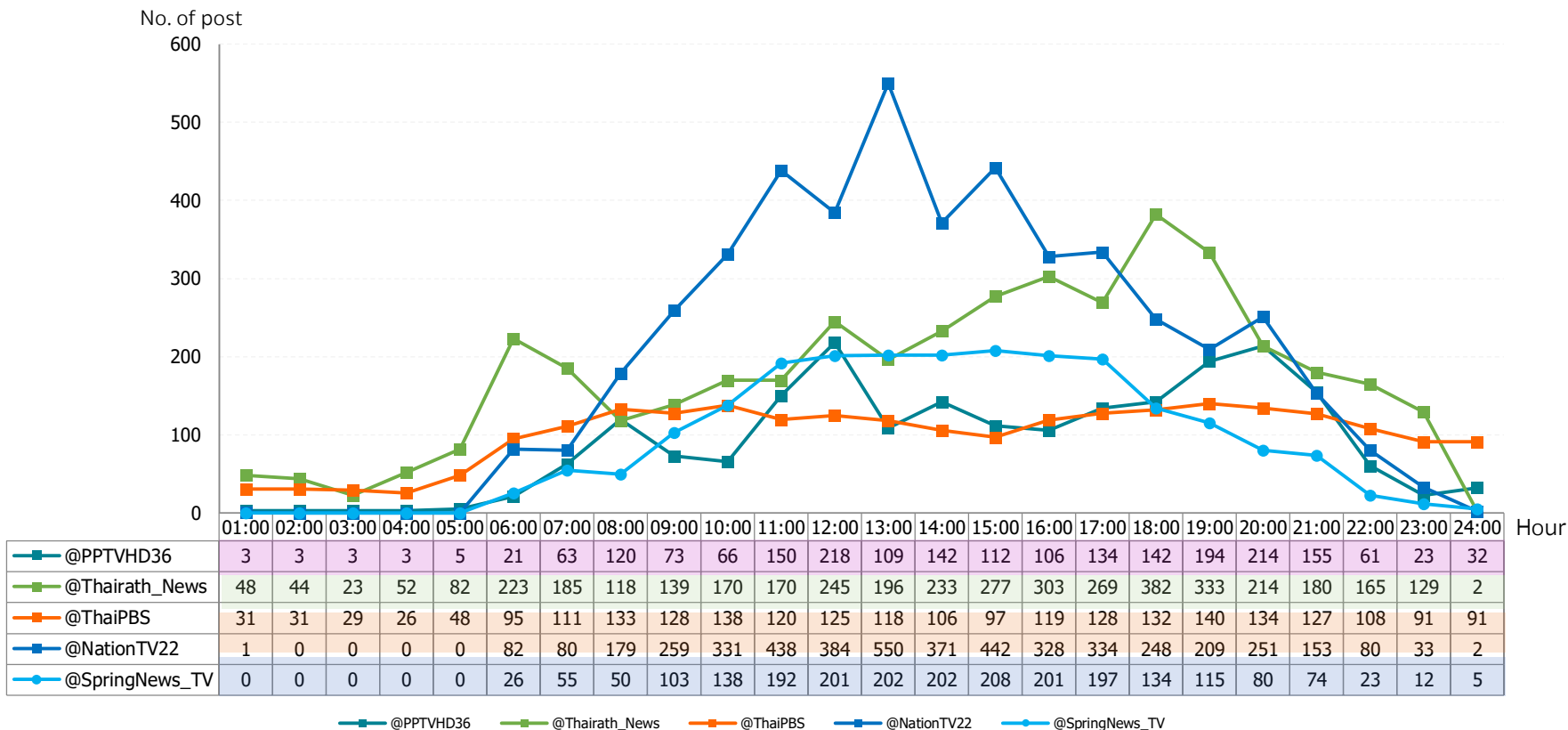


KEY FINDING

- ภาพรวมสื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูงสุดในวันศุกร์
- ThaiPBS** มีการทวีตสูงสุดในวันอาทิตย์ โดยในวันที่ 24 มี.ค. มีการทวีตสูงสุด ส่วนใหญ่มาจากการทวีตรายงานสถานการณ์การเลือกตั้ง ปี 62
- NationTV** มีการทวีตสูงสุดในวันศุกร์ โดยมีการทวีตในวันที่ 29 มี.ค. สูงสุด โดยส่วนใหญ่มาจากการทวีต Acc. @kcltv ข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุดของวันศุกร์ คือ ทวีตโปรโมตรายการ คมชัดลึก "อุ๊ หฤทัย เปิดวอร์ถาม อนาคตใหม่"

Twitter ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละแบรนด์

Hour of Tweet เปรียบเทียบปริมาณการทวีตของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)



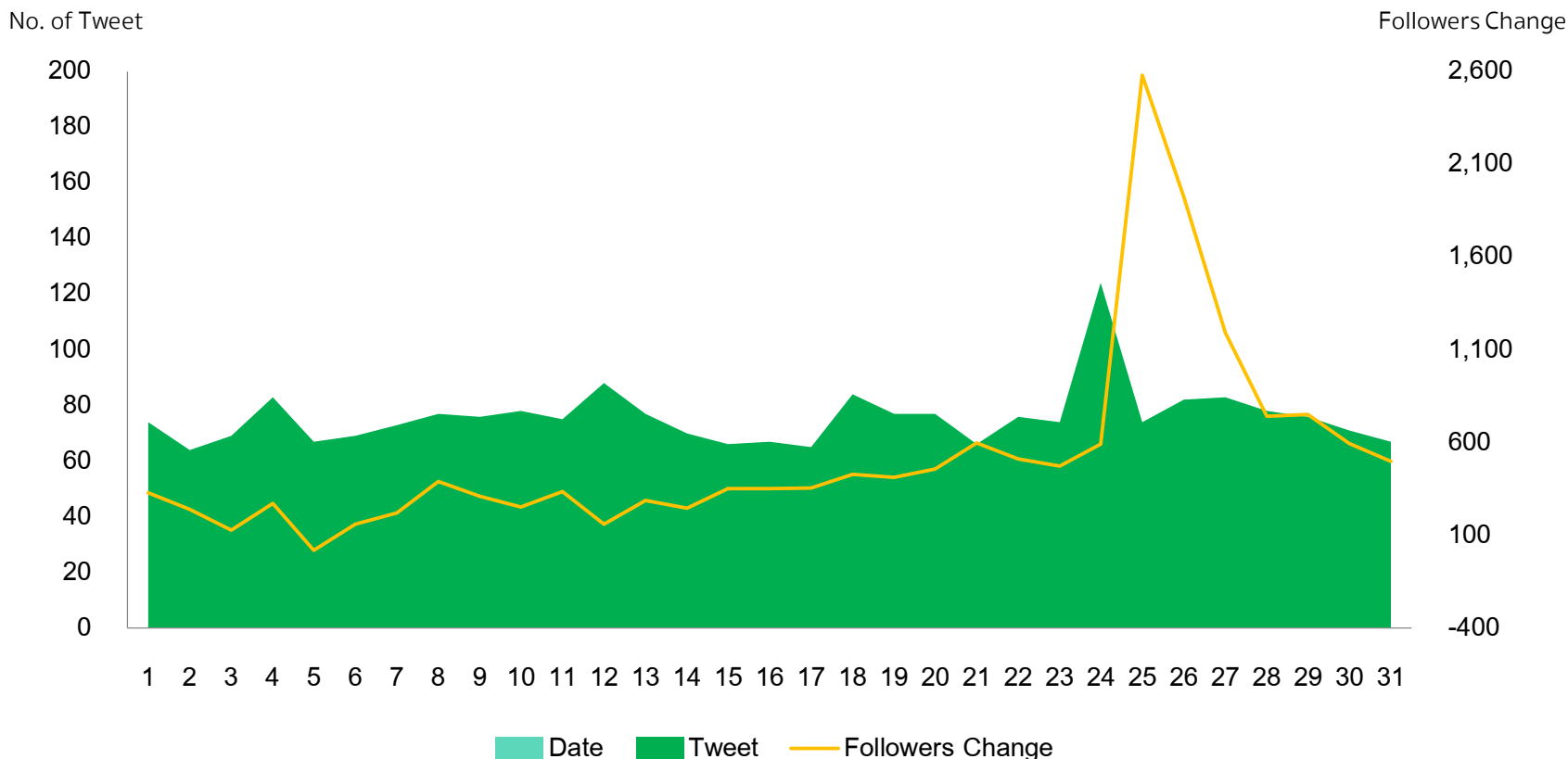
KEY FINDING

- ช่วงเวลาที่สื่อต่าง ๆ มีการทวีตมากที่สุด คือช่วงเวลา 11.00 - 18.00 น. โดยเฉพาะ ช่วงเวลา 13.00 น. ที่มี ยอดการทวีตรวมทุกสื่อมากกว่า ช่วงเวลาอื่น ๆ
- **ThaiPBS** มีจำนวนการทวีตในแต่ละ ช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกัน เน้นการทวีตข่าว เกี่ยวกับการเลือกตั้ง ปี 62 และการนับ คะแนนของกกต.
- **NationTV** จำนวนทวีตสูงสุดในช่วงเวลา 13.00 น. ส่วนใหญ่เป็นการทวีตข่าวการ เลือกตั้ง ปี 62 รวมถึง Retweet คลิปข่าว จาก @kcltv จำนวน 166 โพสต์

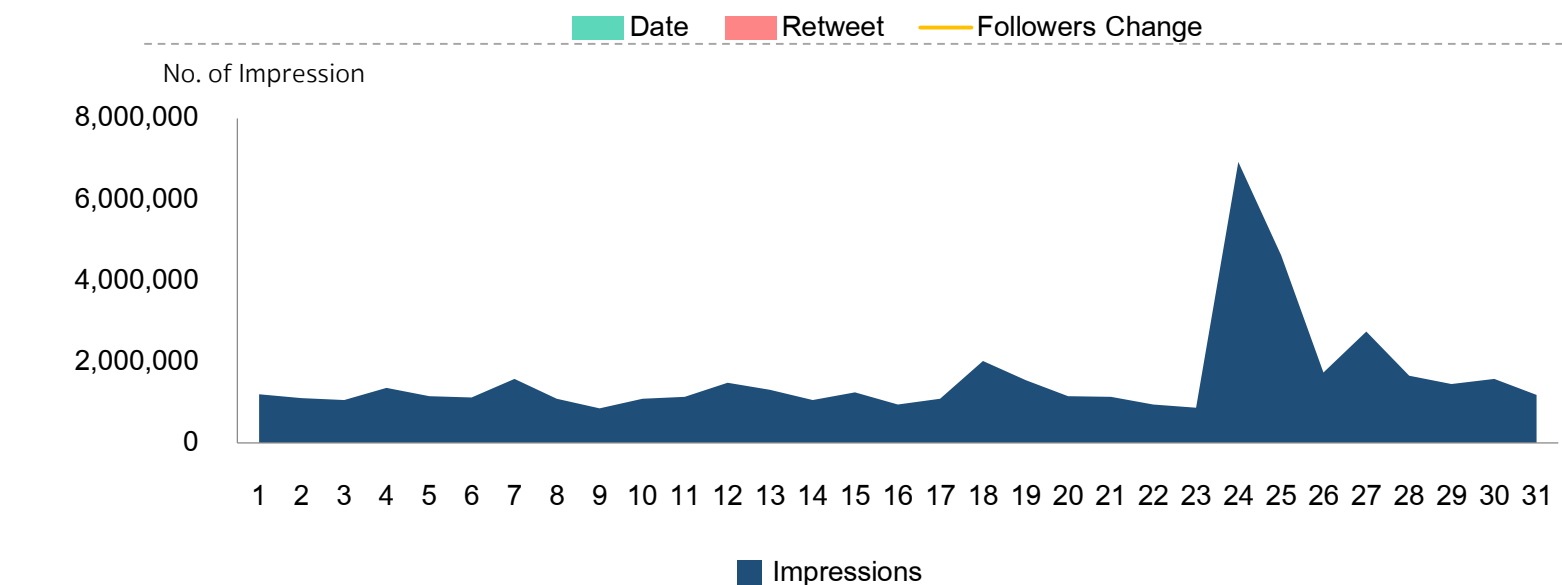
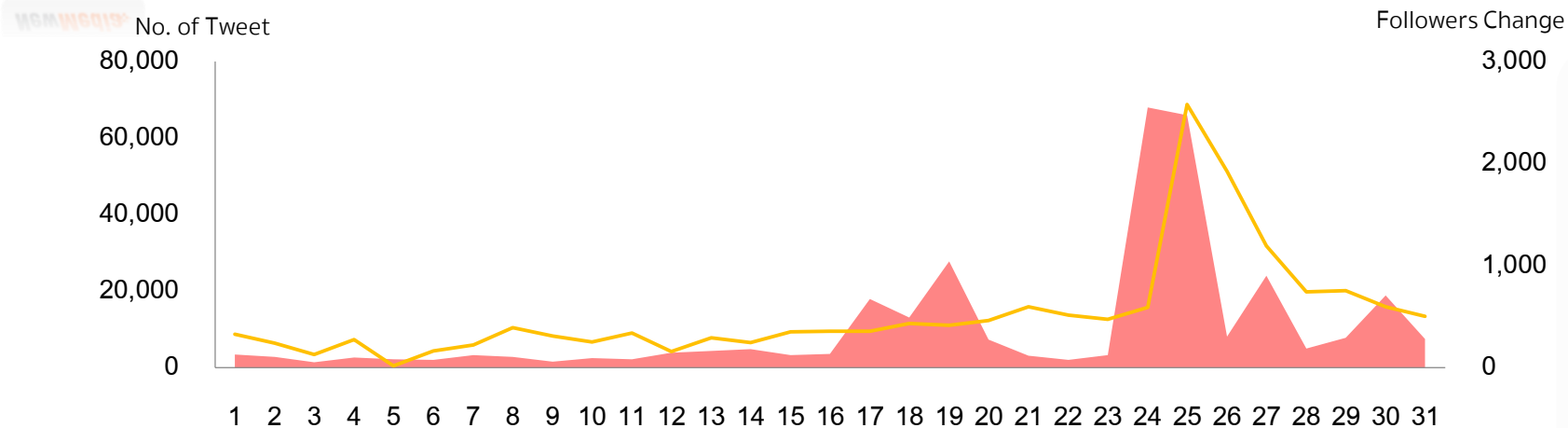
Twitter จำนวนการทวีตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

KEY FINDING

- ช่วงวันที่ 24 - 27 มี.ค. จำนวน Follower เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการทวีตข่าวการเมือง การเลือกตั้ง เช่น ข่าว "อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แกล้งลาออกจากหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์" และข่าว "ประชาชนร่วมลงชื่อในแคมเปญ ร่วมกันลงชื่อถอดถอน กกต." จึงทำให้จำนวน Follower เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว
- จำนวนการทวีตมีปริมาณใกล้เคียงกันตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 102 Tweets : Day



Twitter จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impressions



KEY FINDING

- ช่วงวันที่ 18 - 19 มี.ค. จำนวน Retweet เพิ่มขึ้น จากข่าว "มือปืนบุกยิง ร.ต.อ.วัชรินทร์ เบญจทศวรรษ นักเคลื่อนไหวช่วยเหลือนักสังคม อดีตตำรวจที่ออกมาแฉพฤติกรรมทุจริตของ ตำรวจ โดยเข้าช่วยเหลือในคดีความต่าง ๆ หลายคน เสียชีวิต ภายในรถยนต์บริเวณ หน้าบ้าน"
- ช่วงวันที่ 24 - 25 มี.ค. จำนวน Retweet เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการทวิตข่าวการเมือง การเลือกตั้ง ค่อนข้างมาก เช่น "อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แกล้งลาออก จากหัวหน้าพรรค ประชาธิปัตย์ พร้อมขอบคุณพี่น้องประชาชนที่ ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้ง" จึงทำให้จำนวน Followers เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึง เป็นข่าวที่มีค่า Impression สูงสุดของเดือน และได้รับการ Retweet เป็นอันดับ 1 จำนวน 21,414 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความเนื้อหาเดียวกันที่มีการ Retweet ของแต่ละสื่อองค์กร



21,433 RTs

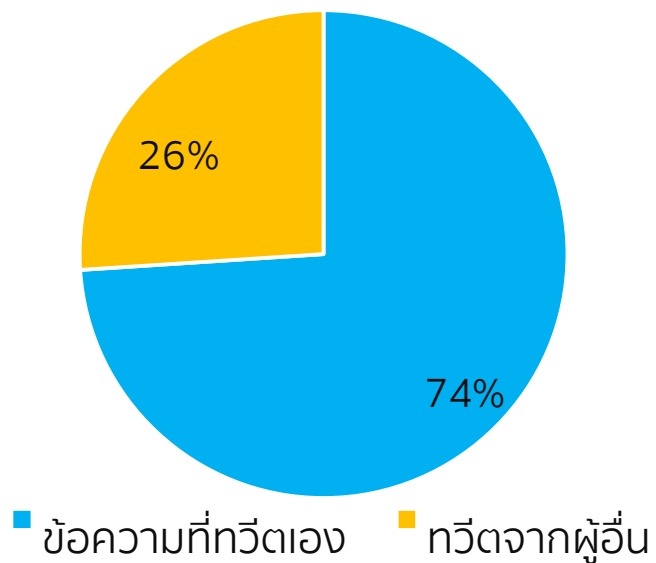


530 RTs

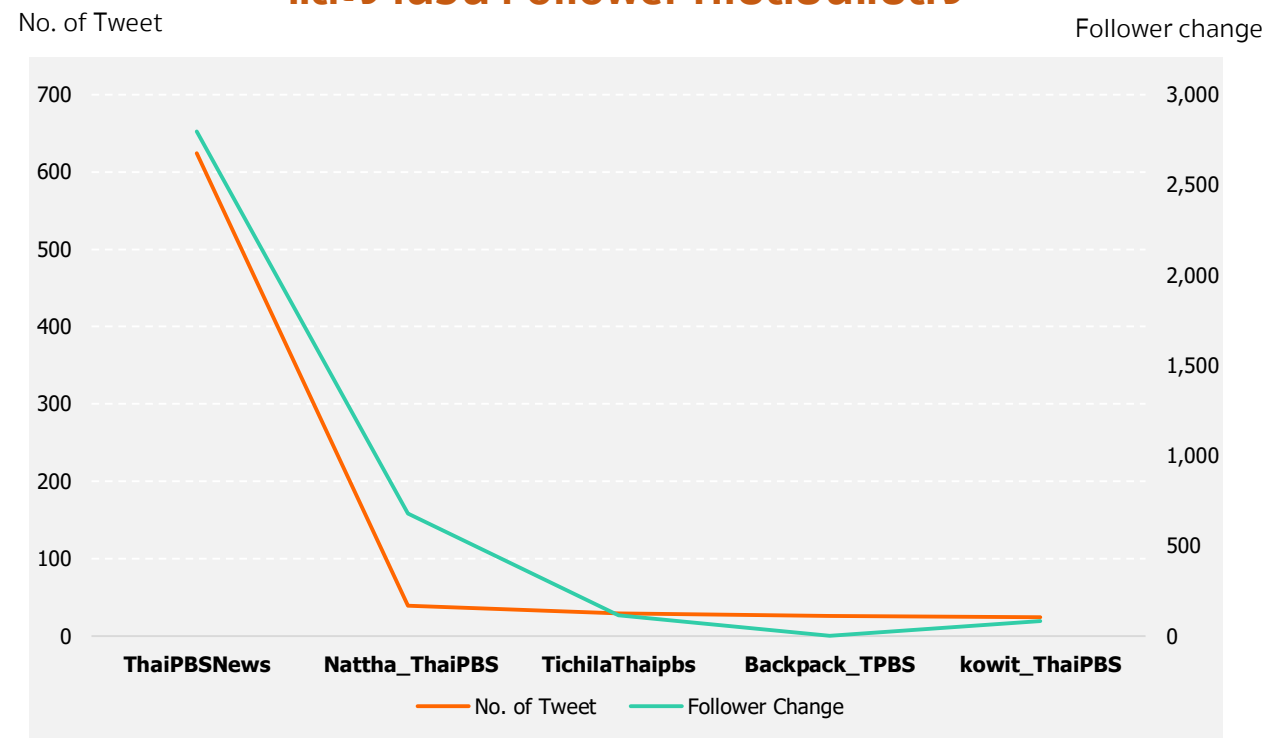


25 RTs

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น
(พสข., ทวิตเตอร์รายการ)



5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา
และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



Twitter วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละแบรนด์



150,479
Engagements
(24 Mar.)



17,287
Engagements
(24 Mar.)



85,695
Engagements
(24 Mar.)



23,439
Engagements
(23 Mar.)



20,037
Engagements
(26 Mar.)

Engagement

200,000

150,000

100,000

50,000

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Day

— Thairath

— ThaiPBS

— Nation

— SpringNEWS

— PPTV

Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้นๆ

Twitter 3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของไอบรณดองค์กร

1



21,433 RTs

2



20,045 RTs

3



15,352 RTs

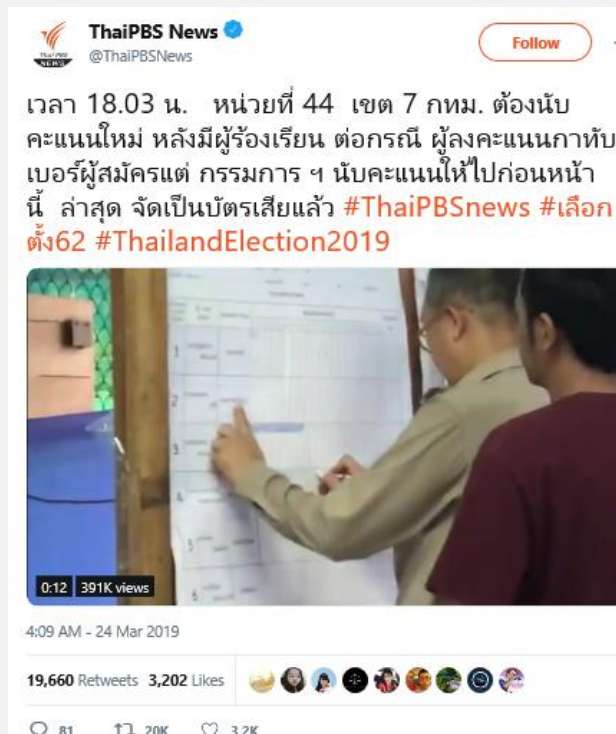
Twitter 3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



22,872 RTs

2



19,660 RTs

3



14,328 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



215,847 Views

2



52,874 Views

3



43,148 Views

Twitter 3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

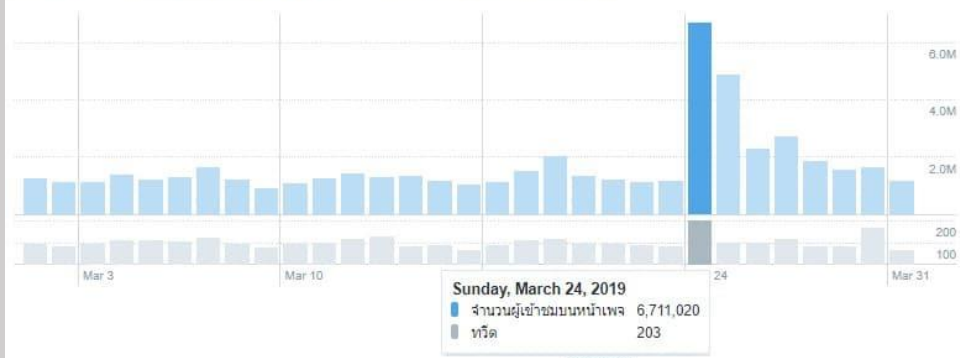


2



3

ทวีตของคุณมีจำนวนผู้เข้าชม 52.4M คน ในช่วง 31 วันที่ผ่านมา



<< เดือน มี.ค. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 52.4 ล้านครั้ง สูงสุดคือวันที่ 24 มี.ค. ถูกมองเห็นจำนวน 6.71 ล้านครั้ง จาก 203 ทวีต มาจากโพสต์ “อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แกล้งลาออกจากหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ พร้อมขอบคุณพี่น้องประชาชนที่ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้ง”

Twitter 3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่มีการคลิกชมวิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



118 Views

2



65 Views

3



45 Views

Twitter 3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด

1



137,177

2



79,846

3



58,602

Twitter 3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มีการ **การมีส่วนร่วม (Engagement)** มากที่สุด

1



11,629 Engagements

2



8,046 Engagements

3



5,874 Engagements

Twitter 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ **ไทยรัฐ** (แบบรณรงค์การและฟสข.)



30,364 RTs



16,333 RTs



16,003 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ



(แบรนด์องค์กรและพสข.)



9,315 RTs



3,449 RTs



1,732 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ

(แบบรณรงค์กรและพสข.)



13,108 RTs



7,195 RTs



3,813 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพสข.)



8,326 RTs

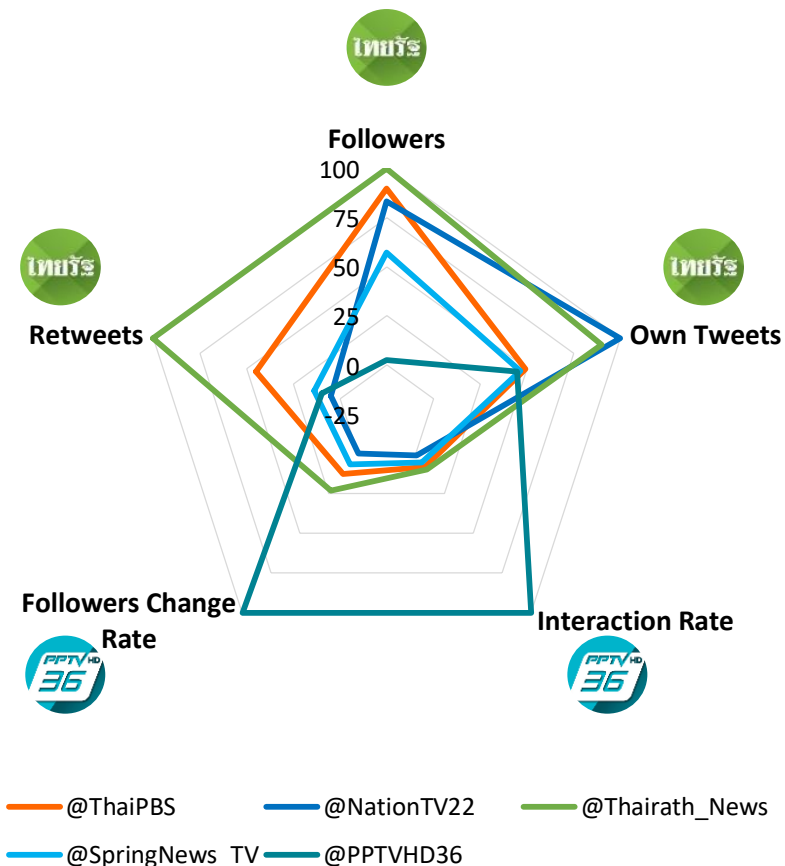


4,920 RTs



4,699 RTs

Twitter ประสิทธิภาพของแบรนด์ในแต่ละด้าน



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

Efficiency Ratio : ประสิทธิภาพของการโพสต์
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลงของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower : 2,625,824

Retweet : 269,589

Followers Change Rate : 12.62%

Strength

Own Tweet : 49.36%

Interaction Rate : 8.05%

Weakness

Key Finding

- Thai PBS มีจุดแข็งในด้านจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นมากกว่าเดือน ก.พ. 16,271 Followers จากเดือนก่อนที่เพิ่มขึ้น 9,560 Followers และมีจำนวนผู้ติดตามสูงเป็นอันดับ 2 ทำให้ได้จำนวนการ Retweet ที่สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก ThairathTV โดยถือว่าในเดือนนี้ ThaiPBS ได้รับประสิทธิภาพค่อนข้างดีในด้านจำนวนผู้ติดตาม และผลตอบรับจากการทวิต
- ThaiPBS มีการทวิตข้อความน้อยเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ โดยใกล้เคียง PPTV และ SpringNews
- **PPTV** ในเดือนนี้มี Followers Change Rate และ Interaction Rate สูงสุด จากโพสต์ข่าวเกี่ยวกับศิลปิน นักแสดง และการนับคะแนนเลือกตั้ง ของ กกต.

Twitter ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับแบรนด์มากที่สุดของเดือน

1



149 Mentions

@james_khonkaen

https://twitter.com/@james_khonkaen

2



144 Mentions

@Aof_Tanongsak

https://twitter.com/@Aof_Tanongsak

3



113 Mentions

@irine19_BKK

https://twitter.com/@irine19_BKK

4



112 Mentions

@AUIWORACHAT

<https://twitter.com/@AUIWORACHAT>

5



110 Mentions

@uJgnDrV5NZy9rni

<https://twitter.com/@uJgnDrV5NZy9rni>