



2562 Thai PBS Online Statistics & Analysis Report

Thai PBS

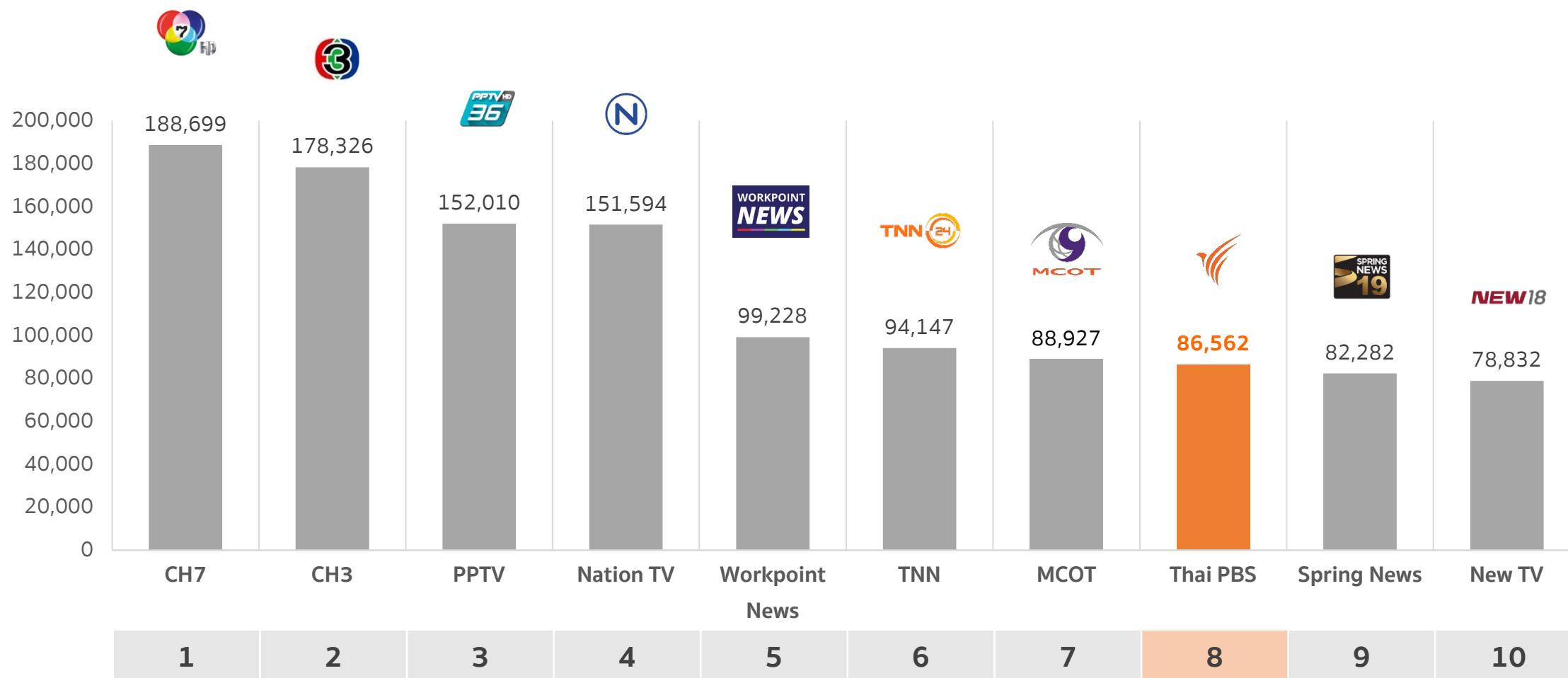


อันดับเว็บไซต์หลัก Thai PBS ปี 2562

	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
												
ประเทศไทย :	55	62	33	30	31	30	44	43	40	36	39	39
												
กลุ่มสถานีโทรทัศน์ :	6	8	6	4	4	5	7	7	9	7	7	8
												
กลุ่มข่าว - สื่อ :	-	-	*33	30	31	30	44	22	23	20	21	22

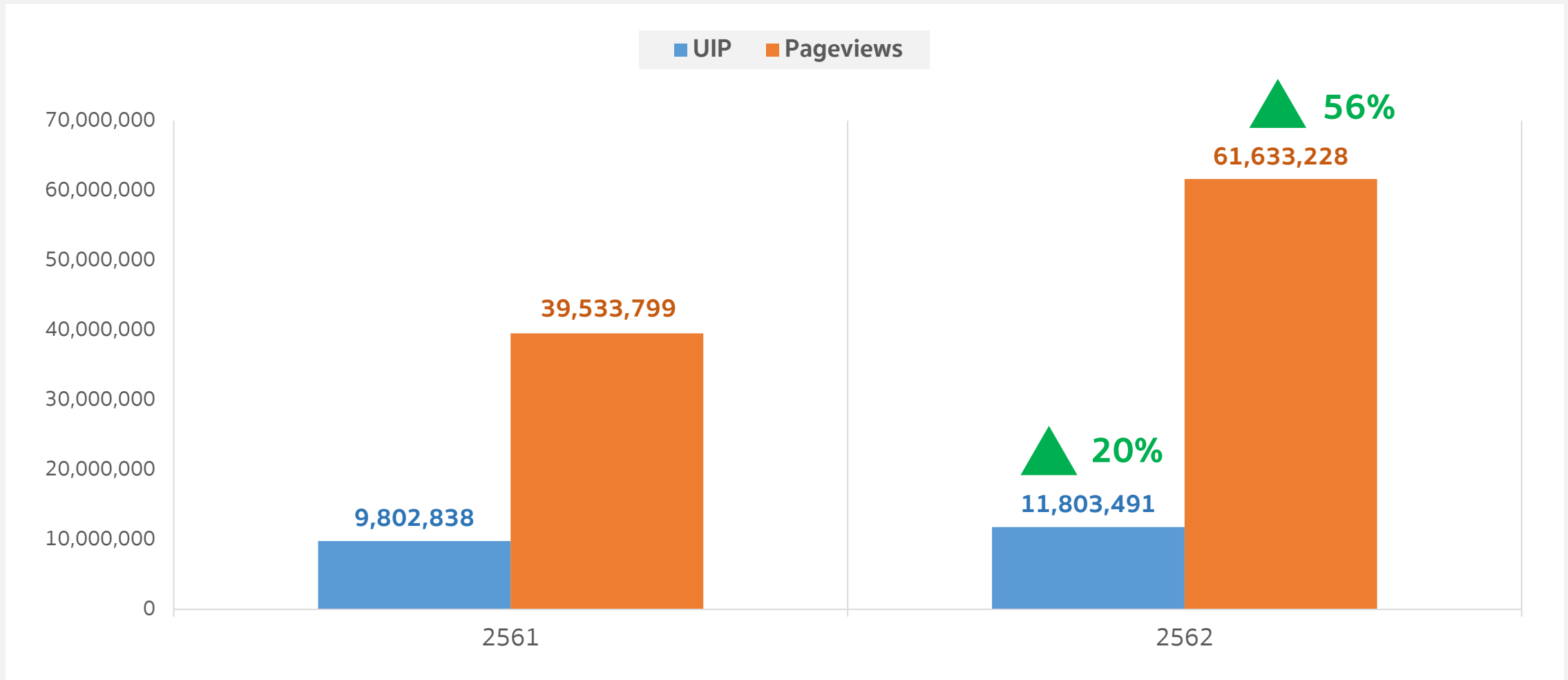
* เพิ่มเติมการจัดอันดับกลุ่มข่าว-สื่อ ข้อมูลย้อนหลังได้ถึงเดือน มี.ค. 62

อันดับเว็บไซต์หลัก Thai PBS เปรียบเทียบ UIP เจลีย์ กลุ่มสถานีโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) ปี 2562



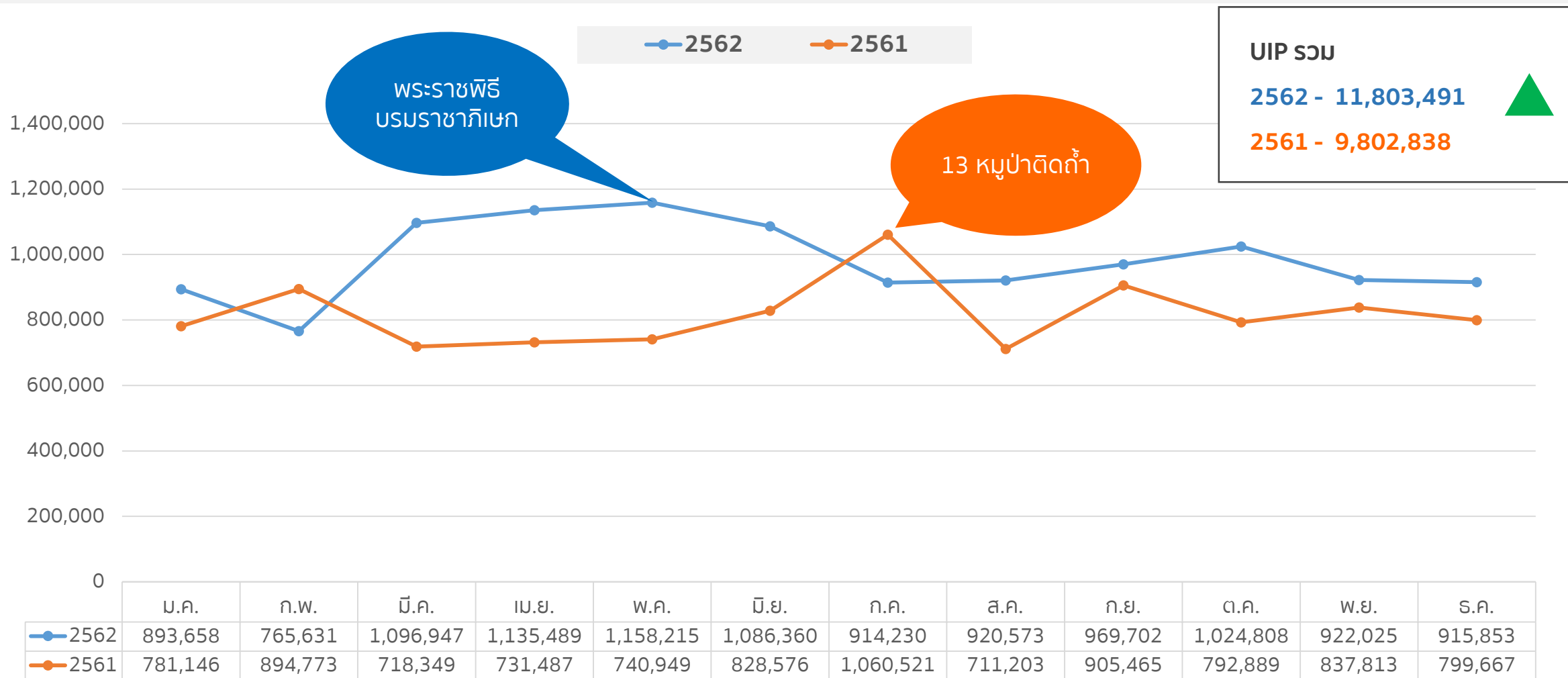
• การจัดอันดับเปรียบเทียบกลุ่มสถานีโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) ไม่มีการจัดอันดับรายปี จึงนำเสนอข้อมูลล่าสุดเดือน ธ.ค. 62

สถิติการเข้าชมเว็บไซต์หลัก Thai PBS เปรียบเทียบ UIP และ Pageviews ปี 2562 - 2561



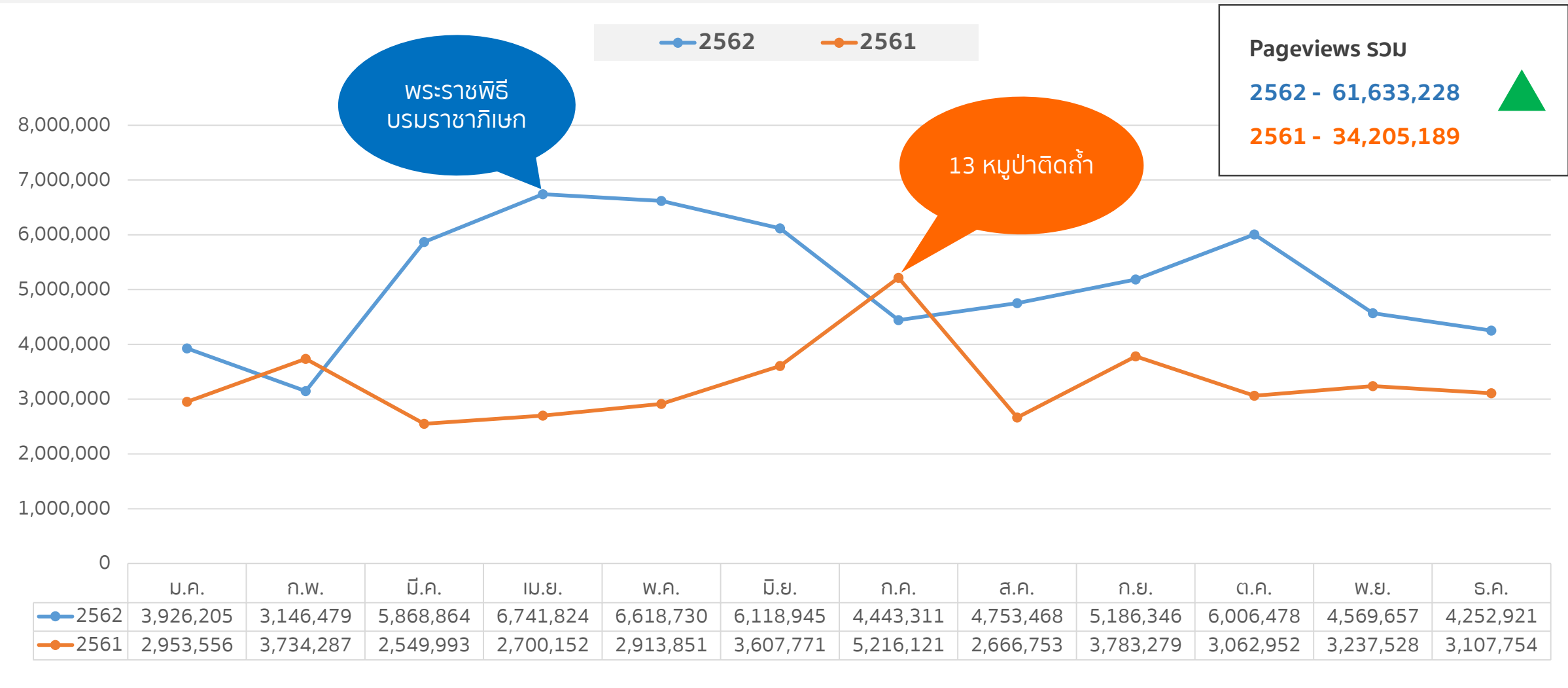
- UIP คือ จำนวนการเข้าเว็บไซต์ที่นับจากจำนวน UIP (unique IP address) ที่ไม่ซ้ำกันที่เข้ามาในเว็บในช่วงเวลาหนึ่ง
- Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีการเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

สถิติการเข้าชมเว็บไซต์หลัก Thai PBS เปรียบเทียบ UIP แยกรายเดือน ของปี 2562 - 2561



- UIP คือ จำนวนการเข้าเว็บไซต์ที่นับจากจำนวน UIP (unique IP address) ที่ไม่ซ้ำกันที่เข้ามาในเว็บในช่วงเวลาหนึ่ง

สถิติการเข้าชมเว็บไซต์หลัก Thai PBS เปรียบเทียบ Pageviews แยกรายเดือน ปี 2562 - 2561



• Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีคนเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

สถิติข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์หลัก Thai PBS เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

Engagement :

การมีส่วนร่วม :

2562

2561

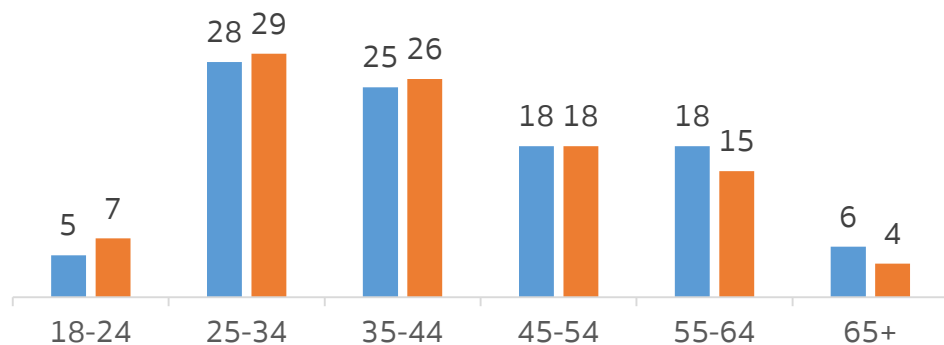
🕒	Avg. Time Duration	▼	00.55 นาที	01.20 นาที
📄	Page per Visit	▼	1.40 หน้า	1.62 หน้า
📄	Bounce Rate	▼	83.16%	76.89%

Demographics :

กลุ่มอายุ :

2562

2561

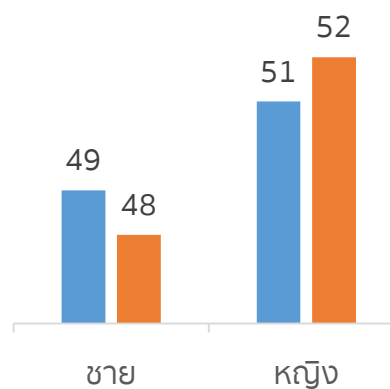


Age :

เพศ :

2562

2561

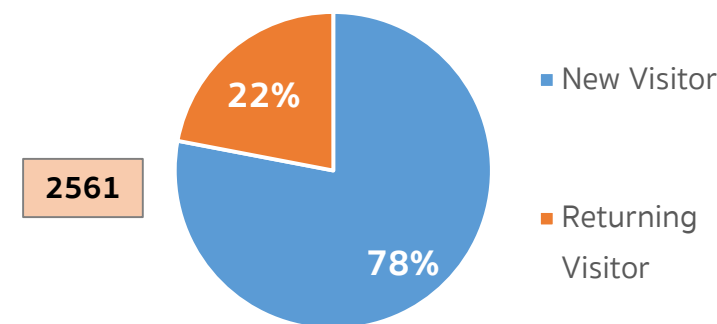
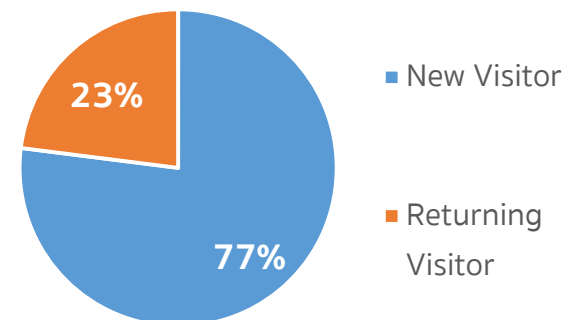


Behavior :

พฤติกรรม :

2562

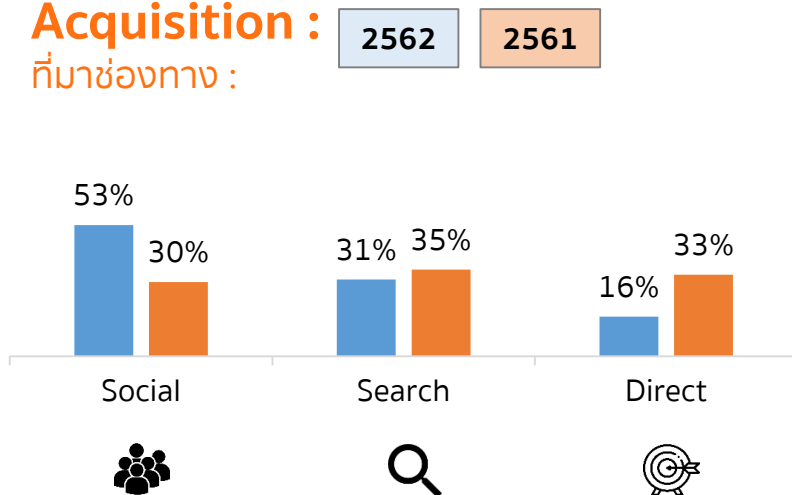
2561



สถิติแหล่งที่มาการเข้าชมเว็บไซต์หลัก Thai PBS เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

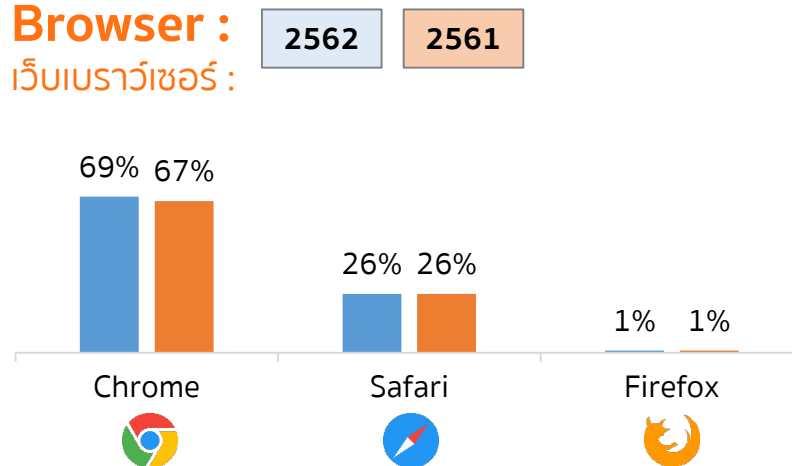
Acquisition :

ที่มาช่องทาง :



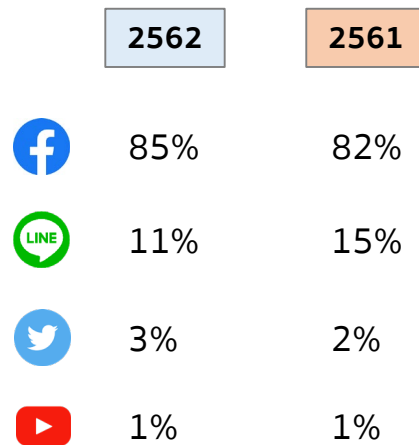
Browser :

เว็บเบราว์เซอร์ :



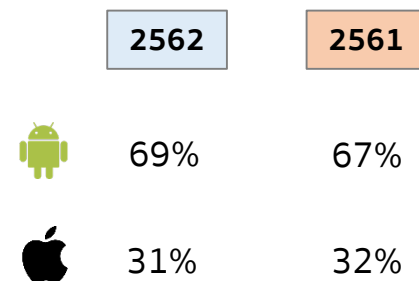
Social Media :

สื่อสังคมออนไลน์ :



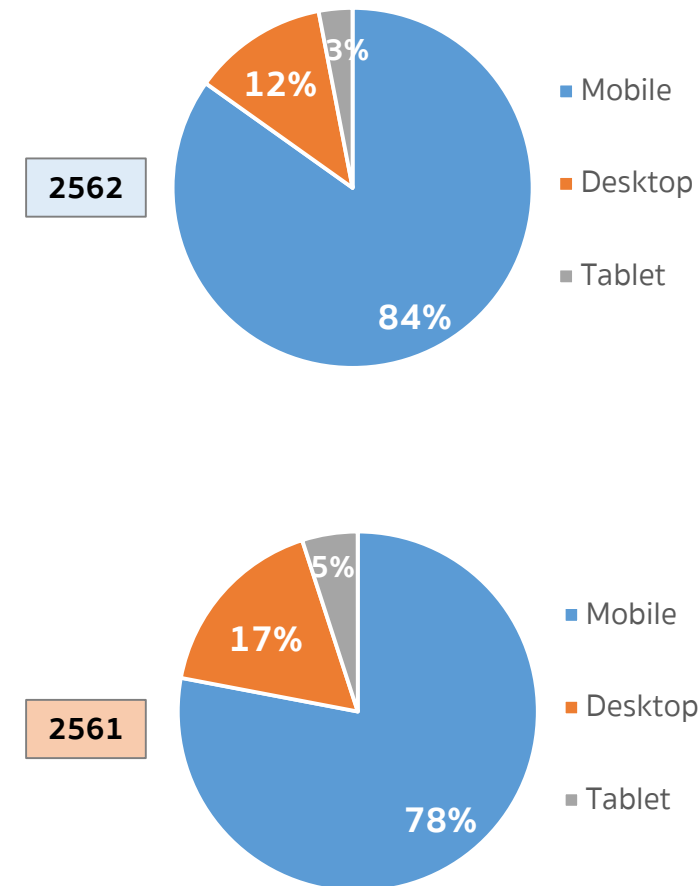
OS :

ระบบปฏิบัติการ :



Device :

อุปกรณ์ :



Analysis :

วิเคราะห์ :

- ภาพรวมสถิติเว็บไซต์หลัก Thai PBS ปี 2562 เติบโตสูงขึ้นมากกว่าปี 2561 อย่างชัดเจน โดย UIP เติบโตสูงขึ้น 20% Pageviews เติบโตสูงขึ้น 56% , UIP รวมทั้งปีสูงถึง 11 ล้าน ซึ่งถือเป็นปีแรกที่สามารถทำสถิติ UIP ทะลุ 10 ล้านเป็นครั้งแรก ตั้งแต่เคยมีเว็บไซต์ Thai PBS และสามารถทำ UIP ทะลุ 1 ล้านต่อเดือน ได้ถึง 5 เดือน ประกอบด้วยเดือน มี.ค. เม.ย. พ.ค. มิ.ย. และ ต.ค.
- เว็บไซต์หลัก Thai PBS ติดอันดับ Top 30 ของประเทศ ถึง 2 เดือน ในเดือน เม.ย. และ มิ.ย. อันดับกลุ่มสถานีโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) ขึ้นสูงสุดในอันดับ 4 ถึง 2 เดือนติดต่อกัน (เม.ย. - พ.ค.) อันดับกลุ่มเว็บไซต์ข่าว-สื่อ ขึ้นสูงสุดในอันดับที่ 20 เมื่อเดือน ต.ค.
- ด้วยสถิติตัวเลขเข้าชมเว็บไซต์ที่สูงทำให้สถิติ Engagement ที่สำคัญทั้ง Avg. Time, Page per Visit และ Bounce Rate ลดลงไป ซึ่งนับเป็นเรื่องปกติเว็บไซต์ที่มีการเติบโตด้านสถิติที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตามสถิติ Engagement ก็เป็นสิ่งที่ต้องทำให้มีตัวเลขที่สูงมากขึ้น
- เว็บไซต์หลัก Thai PBS พึ่งพาแหล่งที่มาในการเข้าชมจาก Social Media มากขึ้นกว่าเดิม โดยอยู่ 53% มากกว่าปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ 30% เท่านั้น โดยอุปกรณ์ที่ใช้เข้าชมเว็บไซต์มาจาก Mobile ถึง 84%

Recommendation :

ข้อเสนอแนะ :

- เว็บไซต์ Thai PBS คงรูปแบบดีไซน์นี้มากกว่า 3 ปี การปรับเปลี่ยนหน้า Home ให้มีการแสดงผลด้านข้อความ ภาพ ที่สวยและใหญ่ขึ้น และเพื่อเพิ่มพื้นที่เนื้อหาและบริการใหม่ ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญ
- การปรับควรให้ความสำคัญกับ Mobile Site เป็นหลัก โดยใช้การออกแบบตามมาตรฐานใหม่ PWA หรือ Progressive Web Apps เพื่อให้ประสบการณ์ของผู้ใช้งานบน Mobile Site หรือ Desktop ไม่แตกต่างกันมาก
- ทำให้เว็บไซต์ Thai PBS ให้รองรับ Web Accessibility เต็มรูปแบบ (ปัจจุบันมีการรองรับบางส่วนแล้ว) เพื่อให้เว็บไซต์ Thai PBS ตอบประโยชน์ในด้านการเป็นสื่อสาธารณะมากขึ้น แต่ทั้งนี้การปรับไม่ใช่แค่เพียงด้านเทคนิค แต่รวมถึงคนทำเนื้อหาที่ต้องรู้วิธีการทำด้วย เช่น การใส่ Heading, Description ในภาพ ไปจนถึงการเข้าใจในการใส่ Keywords และ Tags
- ระบบ Membership อาจเป็นส่วนที่เพิ่มเข้ามาได้ แต่ควรทำให้ง่ายไม่ยุ่งยากสำหรับผู้ใช้งาน เพื่อหวังสร้างประสบการณ์การเข้าเว็บไซต์ที่ดียิ่งขึ้น เช่น เมื่อผู้ใช้งานเปิดหน้า Mobile Site ใดไว้ เมื่อกดเข้าเว็บทาง Desktop ระบบก็แสดงหน้านั้นให้อ่านได้ต่อเนื่อง รวมไปถึงการใช้ในด้านการร่วมกิจกรรม และ รับ E-newsletter



News Website

EDITOR

The world's greenhouse gas emissions, pollution from fertilizers, habitat loss, and soil degradation. Under our current system, farmers use lights, ventilation, and humidifying technologies to create an indoor environment to grow cannabis, which produces a lot of greenhouse emissions. On the precipice of a similar fate for legal agriculture in Canada, it's time to see how we can shift marijuana cultivation to an environmentally friendly path.

In B.C., growers have already begun to voice concerns about the large-scale production of pot, envisioning an alternative model, similar to craft breweries. I believe that consumers will appreciate an environmentally friendly product for a higher price. The fact that many British Columbians pay extra dollars for craft beer proves

of the federal government with a large-scale Shoppers drug store legalized environment have hit."

- MADELYN DEKERF

is economically viable. The craft-growery model will not only be environmentally friendly, but

abandoned vessels.

Transport Canada has abandoned or derelict vessels in public waters, undoubtedly an underutilized resource. Each is, at least, an eyesore and a source of environmental contamination and navigational hazard.

The cost to remove an abandoned vessel ranges from small change to several hundred thousand dollars, depending on complexity. As many old boats near their life end, owners are tempted to dump unwanted vessels in public waters. As litterbugs on land found at the dawn of anti-litter laws, penalties for abandoning vessels are needed to discourage the practice.

But many government agencies are involved: Transport Canada, the Coast Guard, federal and provincial environmental agencies, and local governments. Overlapping agencies dilute responsibility, cause inefficiency and foster inaction.

At least M-40 carries some political and moral weight in calling on the government to do something.

The bad news is that motions have no binding legal effect. Furthermore, the wording of the motion is vague, without specific, measurable objectives. While M-40 calls upon the government to "take meaningful steps within six months," the provision is not clear

so it would not have worked for a wide range of issues. With Opposition, Minister Lisa Raitt said:

The bill made no ideological statement and was popular. I am confident it would have passed. But Parliament rose soon after I tabled the bill and it died on the order paper.

In all my work in Parliament, including two successful Private Members Bills, I was amazed how hard it was to accomplish real progress, and how important it was to seize common ground along the way.

At its best, MPs seriously strive for common ground — they all voted for M-40. At its worst, our processes squander opportunities for progress. Instead of remedies to problems, we get measures to placate voters.

With so many lawmakers and stakeholders

COMMUNITY SUPPORT

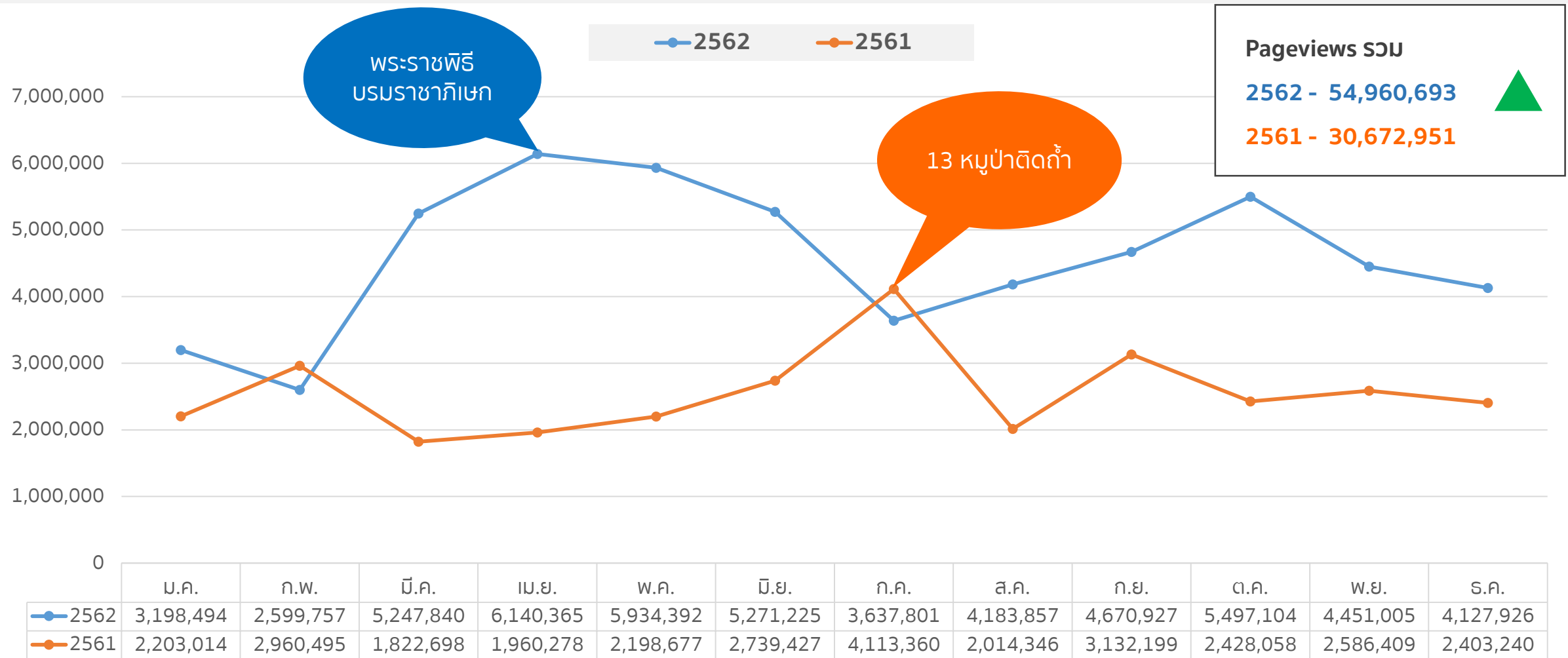
Christine Suter from the Whistler Food Bank, like to thank all of the volunteers who came to the Whistler Food Bank support of Whistler Co.

We raised \$1,000 of food! Thanks to everyone in the community!

RECYCLING CHANGE CREATE DUMPING

I recently took a trip to the Pemberton Transfer Station. The SLRD no longer

สถิติการเข้าชมเว็บไซต์ข่าว เปรียบเทียบ Pageviews แยกรายเดือน ปี 2562 - 2561



- Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีคนเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

สถิติข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ข่าว เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

Engagement :

การมีส่วนร่วม :

2562

2561

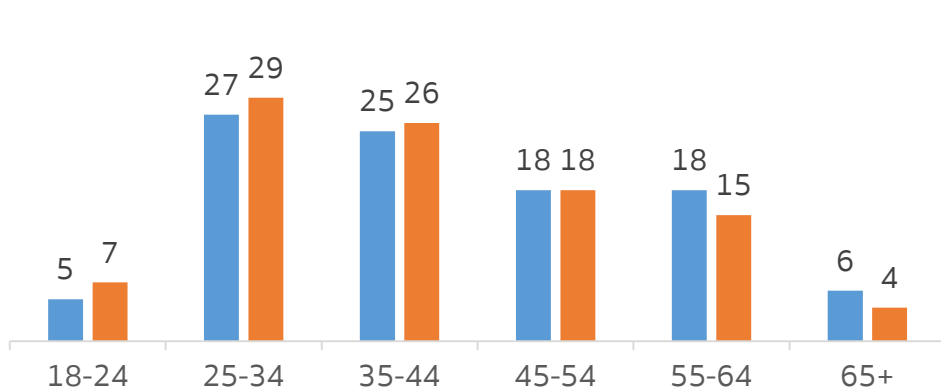
🕒	Avg. Time Duration	▼	00.43 นาที	01.01 นาที
📄	Page per Visit	▼	1.32 หน้า	1.49 หน้า
📄	Bounce Rate	▼	85.19%	79.50%

Demographics :

กลุ่มอายุ :

2562

2561

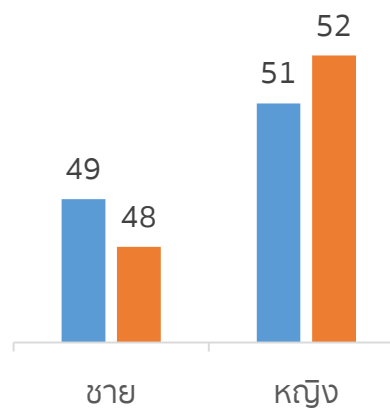


Age :

เพศ :

2562

2561

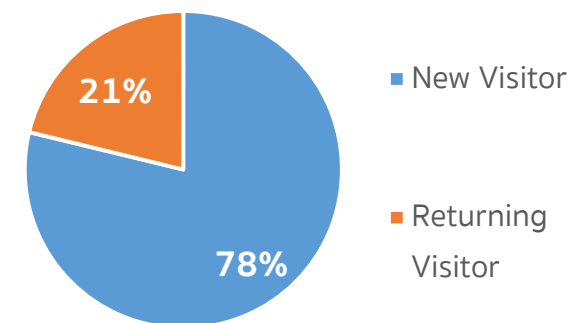
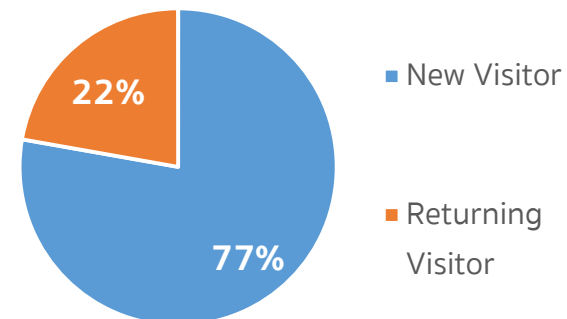


Behavior :

พฤติกรรม :

2562

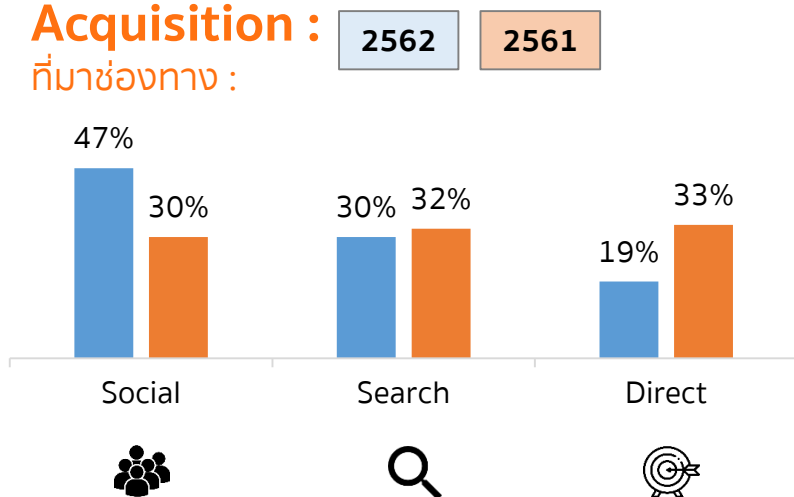
2561



สถิติแหล่งที่มาการเข้าชมเว็บไซต์ข่าว เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

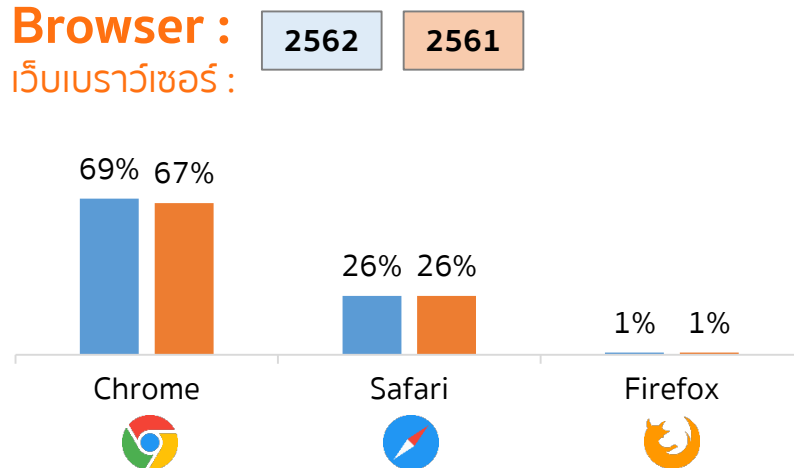
Acquisition :

ที่มาช่องทาง :



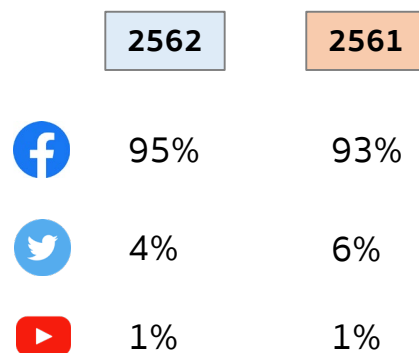
Browser :

เว็บเบราว์เซอร์ :



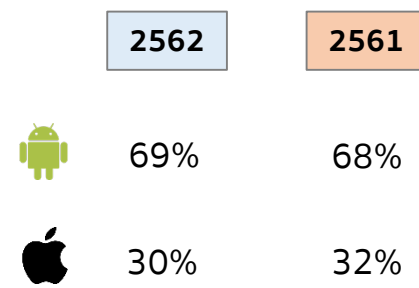
Social Media :

สื่อสังคมออนไลน์ :



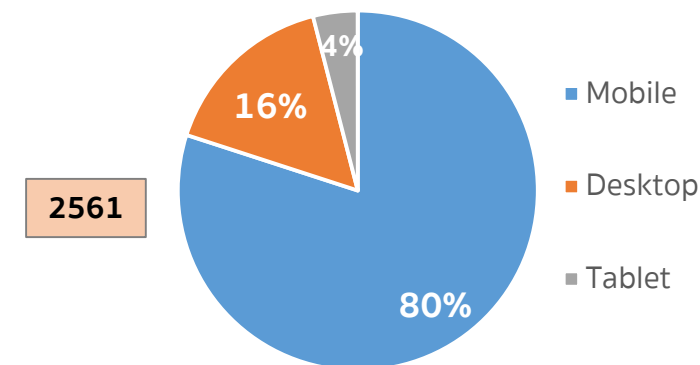
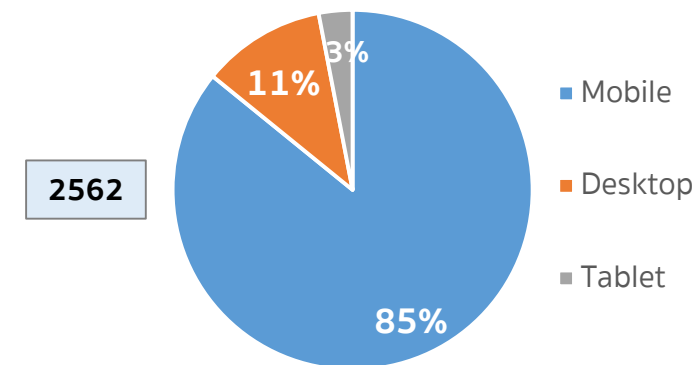
OS :

ระบบปฏิบัติการ :



Device :

อุปกรณ์ :



สถิติ 10 อันดับ เนื้อหาเว็บไซต์ข่าว ยอดเข้าชมสูงสุด ปี 2562

อันดับ 1



ผลการนับคะแนนแล้ว 75% เวลา 20.00 น.

อันดับ	พรรค	ที่นั่ง
1	พรรคเพื่อไทย	161
2	พรรคพลังประชาชน	127

เลือกตั้ง 2562 : ด่วน! กกต.เปิดผลนับคะแนน 75 %

หมวด – การเมือง **494,232** Pageviews

อันดับ 2



4 โมงเย็น ปิดถนน 40 สาย ช้อมงานพระราชพิธีบรมราชาภิเษก

หมวด – สังคม **470,515** Pageviews

อันดับ 3



"บิกโจ๊ก" ทำอะไรไว้ ก่อนถูกย้าย?

หมวด – การเมือง **375,589** Pageviews

อันดับ	เนื้อหา	หมวด	Pageviews
4	เบื้องหลัง! คลับ "Burning Sun" เปิดห้องลับ VVIP ทารุณกรรมทางเพศ	ศิลปะ-บันเทิง	228,770
5	โปรดเกล้าฯ พระราชทานยศ "พล.ต.ท.หญิง ศิริจันทร์ จันทรแสงสว่าง"	สังคม	222,024
6	เปิดรหัสลับ ไฟไหม้ "เซ็นทรัล"	สังคม	220,259
7	พรุ่งนี้ 8 โมงเช้า ชมวิถีทัศน์เพลงชาติเวอร์ชันใหม่	สังคม	218,511
8	"หมอธีระวัฒน์" ยืนยันสารพิษในผักผลไม้ 60% ล้างไม่ออก!	สังคม	214,855
9	แผ่นดินไหวขนาด 5.9 ที่ลาว รับรู้แรงสั่นไหว 6 จังหวัดของไทย	ภัยพิบัติ	214,521
10	เลือกตั้ง 2562 : พรรคเพื่อไทยขอบคุณประชาชน ย้ำพรรคอันดับ 1 ตั้งรัฐบาล	การเมือง	211,861

Analysis :

วิเคราะห์ :

- ภาพรวมเว็บไซต์ข่าวในปี 2562 ถือเป็นปีที่มีการเติบโตสูงสุดตั้งแต่มีเว็บไซต์ข่าว
- ด้วยสถิติตัวเลขเข้าชมเว็บไซต์ที่สูงทำให้สถิติ Engagement ที่สำคัญทั้ง Avg. Time, Page per Visit และ Bounce Rate ลดลงไป ซึ่งนับเป็นเรื่องปกติเว็บไซต์ที่มีการเติบโตด้านสถิติที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตามสถิติ Engagement ก็เป็นสิ่งที่ต้องทำให้มีตัวเลขที่สูงมากขึ้น
- โดยประเด็นข่าวในกระแสที่ได้สถิติโดยรวมในปีนี้ ก็คือ พระราชพิธีบรมราชาภิเษก และข่าวพระราชสำนักอื่น ๆ , เลือกตั้ง 2562 และข่าวการเมืองอื่น ๆ
- แต่ด้วยข้อจำกัดของการเป็นสื่อสาธารณะ ทำให้หลายประเด็นที่เป็นกระแสไทยพีบีเอสก็ไม่สามารถทำอะไรได้มากนัก แต่การทำเนื้อหาต่อยอดในบางเนื้อหาก็นำมาซึ่งตัวเลขสถิติที่ดี เช่น "บ๊ิกโจ๊ก" ทำอะไรไว้ ก่อนถูกย้าย?, เบื้องหลัง! คลับ "Burning Sun" เปิดห้องลับ VVIP ทารุณกรรมทางเพศ และ จ้องตัวเครื่องบินอย่างไร ถึงจะได้ราคาถูกและคุ้มค่าที่สุด? เป็นต้น

Recommendation :

ข้อเสนอแนะ :

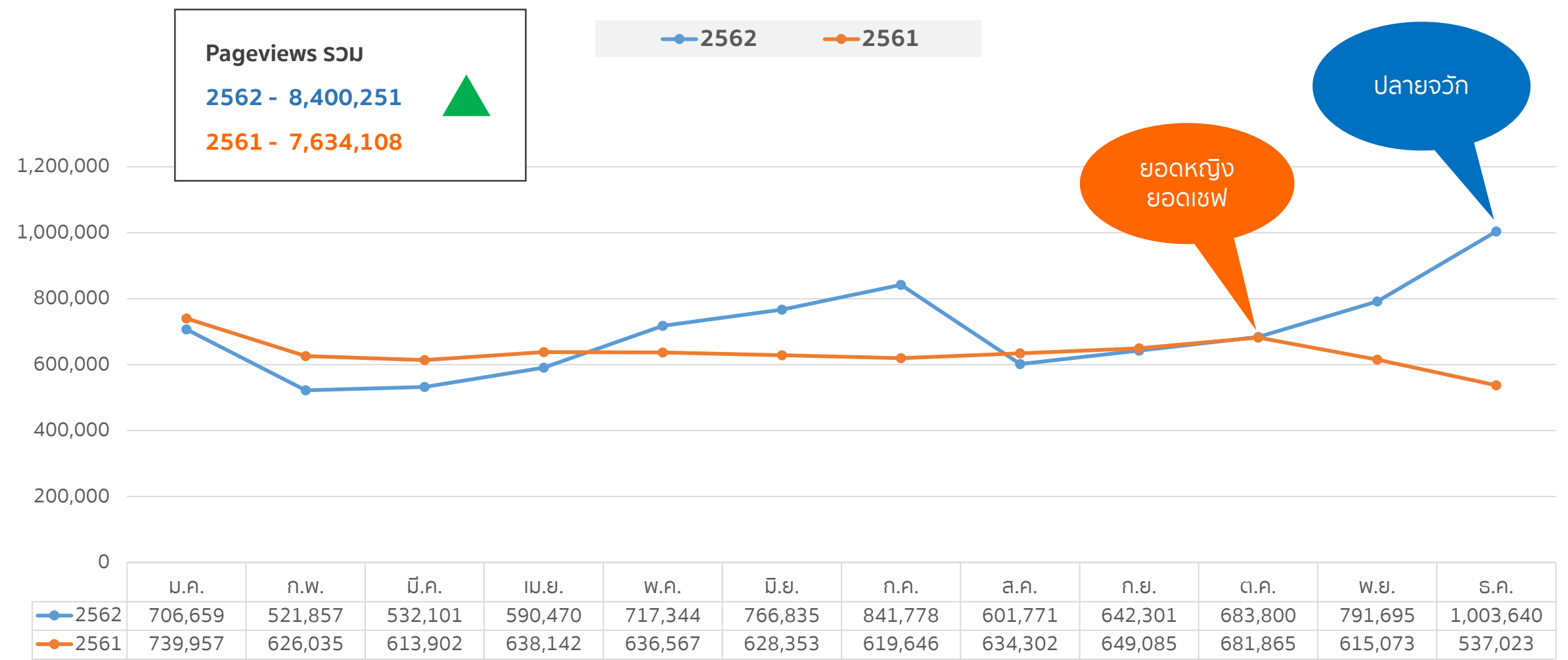
- หากสังเกตกราฟการเติบโตของเว็บไซต์ข่าว จะพบว่าการเติบโตสูงขึ้นของเว็บไซต์ข่าวจะอ้างอิงกับประเด็นข่าวที่เป็นกระแสในช่วงนั้น ๆ เป็นสำคัญ แต่การทำข่าวในกระแสก็เป็นสิ่งที่เว็บไซต์สื่ออื่น ๆ ต่างก็ทำด้วยเช่นกัน ฉะนั้นการทำ "เนื้อหาต่อยอด" ในประเด็นที่เป็นกระแส จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มสถิติและสร้างความแตกต่างให้กับข่าวออนไลน์ของไทยพีบีเอสได้
- ปี 2563 คาดว่า Voice Search จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้ใช้งานออนไลน์มากขึ้น และอาจรวมถึงการปรับเปลี่ยนนโยบายของ Google ที่จะให้คะแนนกับเว็บที่มีการพัฒนาเพื่อรองรับ Voice Search ซึ่งหากระบบ Tags และ Keywords บนเว็บไซต์ทำได้ก็จะเอื้อประโยชน์ในการพัฒนาเว็บไซต์ที่ทำได้ง่ายขึ้น หลาย ๆ สื่อให้ความสำคัญกับการใช้ Keywords และ Tags บนเว็บไซต์ค่อนข้างมาก
- เพิ่มหลักสูตรการอบรมในปี 2563 ด้านการเขียนข่าวออนไลน์ โดยเน้นทางไปด้านการเขียนข่าวให้มี Keywords ในข่าว เพื่อประโยชน์ในด้านการสร้าง Data บนเว็บไซต์ เพื่อรองรับกับการแข่งขันด้านระบบ Search, Voice Search ที่มากขึ้นในอนาคต รวมไปถึงการอบรมเรื่องการถ่ายภาพ เพื่อให้เข้าใจว่าภาพลักษณะใดที่จะได้รับความสนใจ คุณภาพของภาพแบบใดถึงเหมาะกับการนำเสนอบนเว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากภาพข่าวได้อย่างเต็มที่



Program Website



สถิติการเข้าชมเว็บไซต์รายการ เปรียบเทียบ Pageviews แยกรายเดือน ปี 2562 - 2561



• Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีคนเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

สถิติข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์รายการ เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

Engagement :

การมีส่วนร่วม :

2562

2561

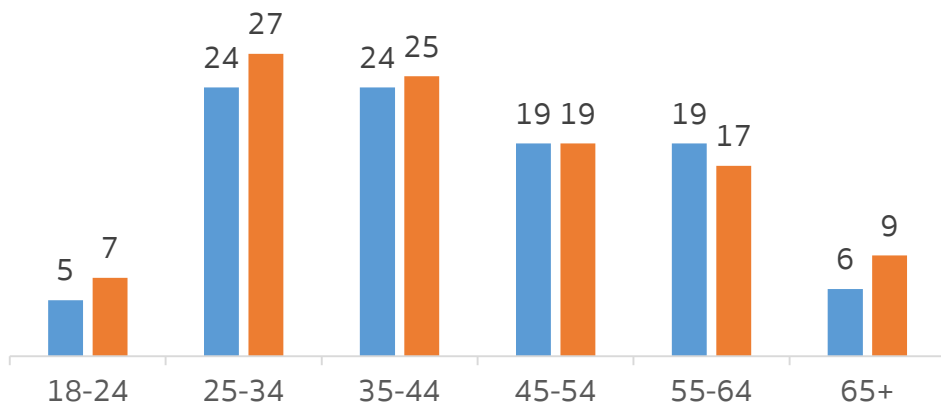
🕒	Avg. Time Duration	▼	02.24 นาที	02.37 นาที
📄	Page per Visit	▼	2.13 หน้า	2.24 หน้า
📄	Bounce Rate	▼	65.72%	64.10%

Demographics :

กลุ่มอายุ :

2562

2561

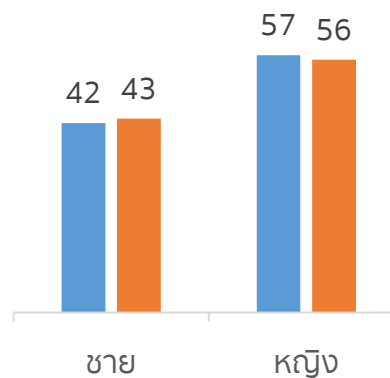


Age :

เพศ :

2562

2561

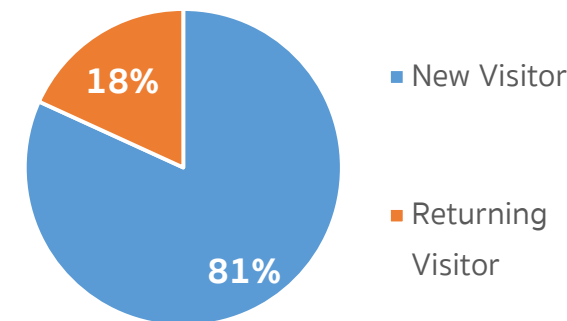
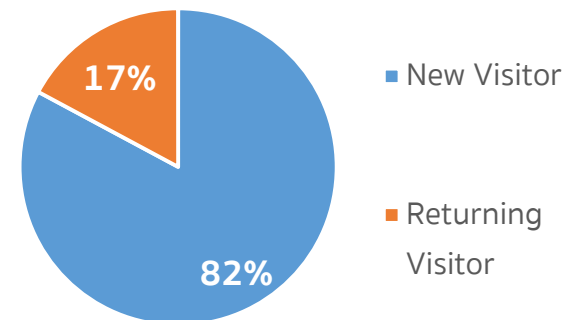


Behavior :

พฤติกรรม :

2562

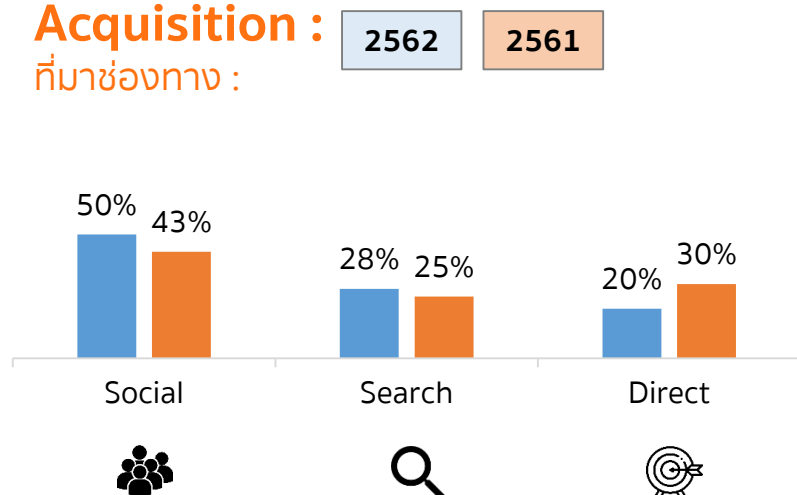
2561



สถิติแหล่งที่มาการเข้าชมเว็บไซต์รายการ เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

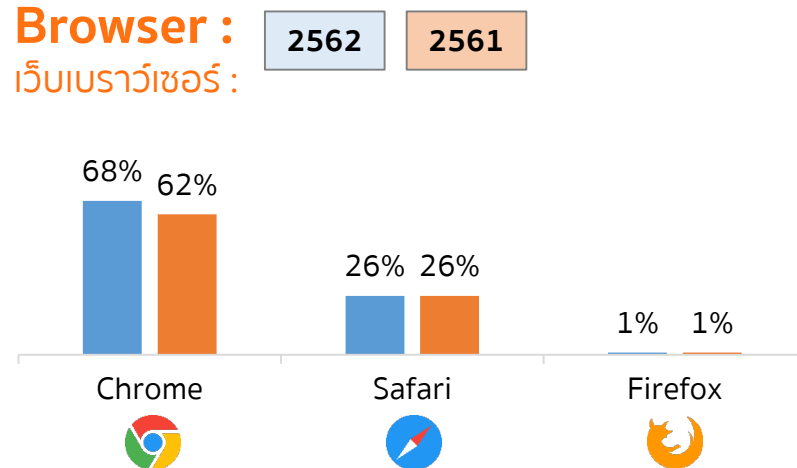
Acquisition :

ที่มาช่องทาง :



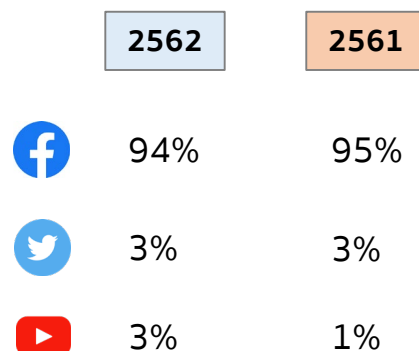
Browser :

เว็บเบราว์เซอร์ :



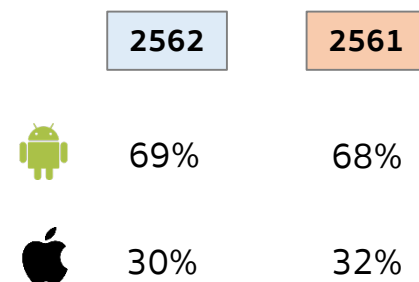
Social Media :

สื่อสังคมออนไลน์ :



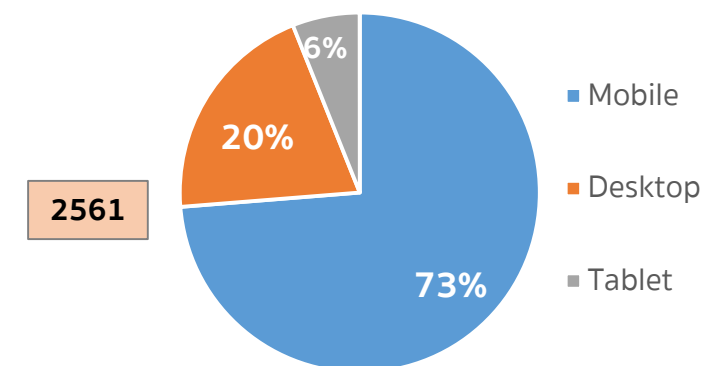
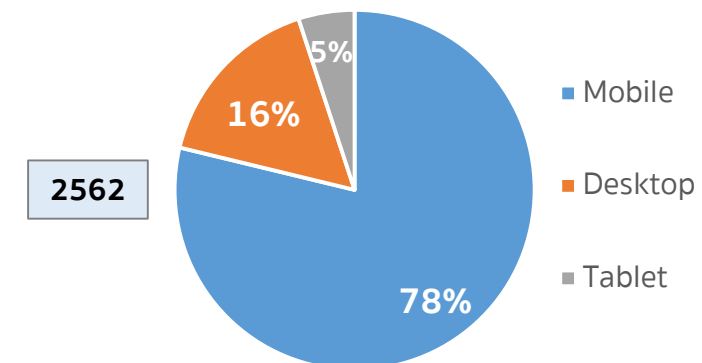
OS :

ระบบปฏิบัติการ :



Device :

อุปกรณ์ :



สถิติ 10 อันดับ เนื้อหาเว็บไซต์รายการ ยอดเข้าชมสูงสุด ปี 2562

อันดับ 1



คนสู้โรค - กินดี อยู่ดี กับหมอพรเทพ : น้ำปั้นวัยทอง ด้านอัลไซเมอร์
รายการ - คนสู้โรค **42,418** Pageviews

อันดับ 2



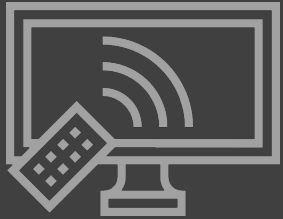
ปลายจวัก - ละคร ปลายจวัก : ตอนที่ 7 จากแนวหลังสู่แนวหน้า
รายการ - ปลายจวัก **39,298** Pageviews

อันดับ 3



ปลายจวัก - ละคร ปลายจวัก : ตอนที่ 8 อาหารส่วยยามทุกข์
รายการ - ปลายจวัก **38,990** Pageviews

อันดับ	เนื้อหา	รายการ	Pageviews
4	คนสู้โรค - ปรับก่อนป่วย : แก้ปวดสลับเพซ และปลายเท้าชา	คนสู้โรค	37,936
5	ปลายจวัก - ละคร ปลายจวัก : ตอนที่ 1 ของเผ็ดจากเมืองคอน	ปลายจวัก	35,688
6	ปลายจวัก - ละคร ปลายจวัก : ตอนที่ 6 ประชันอาหารงานบวช	ปลายจวัก	35,440
7	ตามรอยพระพุทธรเจ้า 2 : ไตรปิฎก คำสอนมีชีวิต - คำสอนมีชีวิต	ตามรอยพระพุทธรเจ้า 2	31,958
8	คนสู้โรค - กดจุดมือแก้คอตึง	คนสู้โรค	31,035
9	สารคดีถ้าหลวง - ชายชุดแดง..ที่โลกลืม!	สารคดีถ้าหลวง	27,689
10	จับตาสถานการณ์ - เตรียมสรุปสำนวนคดีแชร์แม่หมณี ต้นปีหน้า	จับตาสถานการณ์	26,919



Analysis :

วิเคราะห์ :

- ภาพรวมเว็บไซต์รายการในปี 2562 เกือบจะเป็นปีที่มีสถิติน้อยกว่าปี 2561 แต่เพราะเดือน พ.ย. - ธ.ค. ผู้ชมออนไลน์สามารถเข้าชมรายการย้อนหลัง ปลายจวัก ได้ทางเว็บไซต์ รายการส่งผลให้ได้สถิติที่สูงขึ้นจนแข่งปี 2561 ได้สำเร็จ แต่ภาพรวมการเติบโตไม่ได้สูงขึ้นมากนัก
- อย่างไรก็ตามปี 2562 ก็ยังมีสถิติหนึ่งที่น่าสนใจ คือ เดือน ธ.ค. ที่สามารถทำสถิติ Pageviews ทะลุ 1 ล้าน ได้เป็นครั้งแรกตั้งแต่มีเว็บไซต์รายการ
- แม้สถิติปี 2562 จะสูงกว่าปีที่แล้ว แต่ก็ยังเป็นเพียงตัวเลขในส่วน of Pageviews เท่านั้น สถิติด้าน Engagement ทั้ง Avg. Time, Page per Visit และ Bounce Rate ซึ่งเป็นสถิติที่วัดความสนใจของผู้ชมออนไลน์ได้ กลับไม่ได้เพิ่มขึ้น นั่นเพราะตลอดหลายเดือนก่อนเดือน พ.ย. และ ธ.ค. เว็บไซต์รายการทำสถิติได้ไม่ดีไว้
- รายการที่สร้างสถิติให้กับเว็บไซต์รายการเด่น ๆ ได้แก่ วีรสดรีนักรู้คู่แผ่นดิน, ปลายจวัก, ตามรอยพระพุทธเจ้า, คนสู้โรค (ไม่มี ลูกเหล็กเด็กชอบยก เพราะ ไม่ได้เปิดให้ดูย้อนหลังบนเว็บไซต์รายการ จึงไม่ติดอันดับ)

Recommendation :

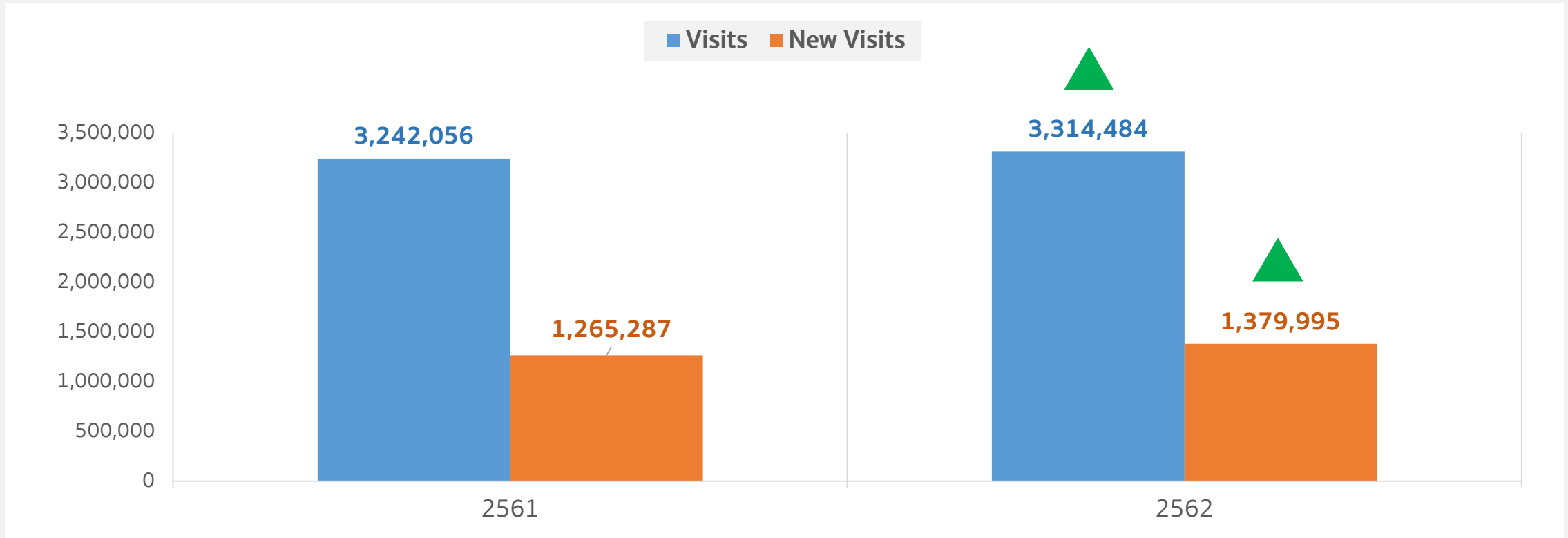
ข้อเสนอแนะ :

- สิ่งที่ทำให้การพัฒนาเว็บไซต์ให้เติบโตขึ้นทางด้านสถิติอาจทำได้ยาก ก็เพราะการมีอยู่ของ VIPA ที่มันกำลังกับซ้อนกันอยู่ในด้านของการบริการ เพราะยังเฝ้าเนื้อหาที่คือ รูปแบบวิดีโอ เหมือนกัน เพียงแต่ VIPA มีระบบของ Membership ที่ให้ใช้งานกำหนดการแสดงผลของเนื้อหาที่ต้องการดูเพิ่มเข้ามาทำนั่นเอง
- หากในปี 2563 มีการปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ Thai PBS เว็บไซต์รายการก็เป็นอีกส่วนสำคัญที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนดีไซน์เช่นเดียวกัน และหากมีระบบ Membership ใส่เข้ามาด้วยในการปรับครั้งนี้ เว็บไซต์รายการก็จะไม่ต่างจาก VIPA เลย ตรงจุดนี้อาจเป็นสิ่งสำคัญที่ทางคณะผู้บริหารต้องกำหนดว่าอยากให้เว็บไซต์รายการเป็นอย่างไรในอนาคต
- สิ่งที่จะทำให้เว็บไซต์รายการมีสถิติที่เติบโตขึ้นกว่านี้ อาจเป็นการกำหนดนโยบายด้านการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจนว่าเนื้อหาใดควรมีให้ชมในเว็บไซต์รายการ เนื้อหาใดอยู่ที่ VIPA และที่ใดอยู่ใน YouTube เพราะปัจจุบันนี้หลาย ๆ สื่อหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนา Platform ของตัวเอง ปรับพื้นที่โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ เพื่อมอบประสบการณ์ในรูปแบบ Exclusive และสร้างฐานแฟนคลับของตัวเอง เพื่อนำมาต่อยอดด้านอื่น ๆ ต่อไป

TV Online



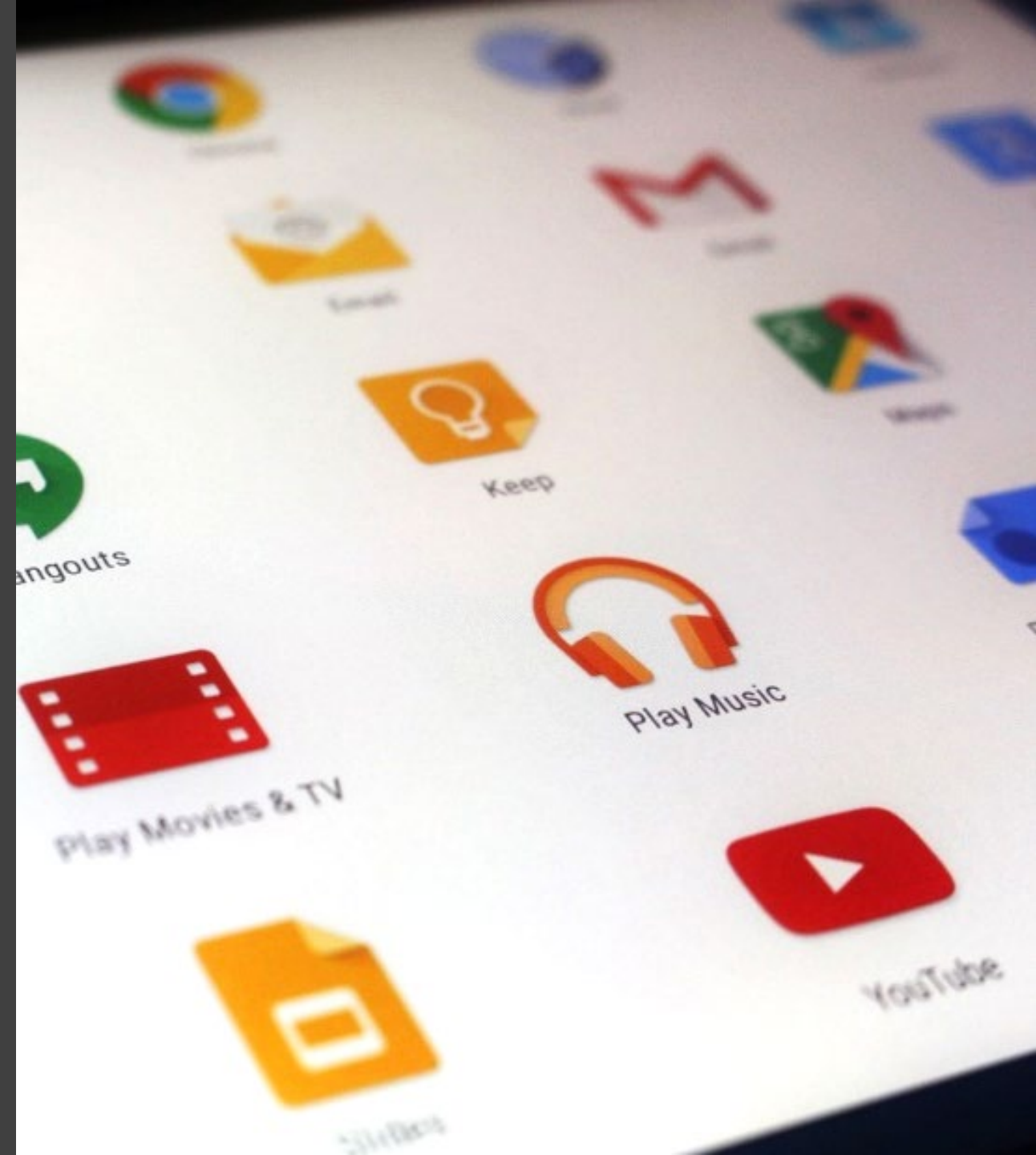
สถิติการเข้าชม TV Online เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561



อันดับชมสด ยอดเข้าชมสูงสุด :

- | | | |
|--|----------|--------------|
| 1. รายการพิเศษ เลือกตั้ง62 ส่งเสียงประชาชน | 25 มี.ค. | 84,714 Views |
| 2. ศักชิงนายกรัฐมนตรี | 5 มี.ย. | 84,085 Views |
| 3. ศักชิงประธานสภาผู้แทนราษฎร | 25 พ.ค. | 48,568 Views |

Application



สถิติดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเข้าชม เปรียบเทียบ ปี 2562 – 2561

	2562	2561
	▲ 38,247	▲ 34,189
	▲ 5,683	▲ 5,100

	2562	2561
	▲ 4,456	▲ 2,440
	▲ 2,229	▲ 594

	2562	2561
	▼ 479	▲ 920
	▼ 946	▲ 1,505

	2562	2561
	** 222	-
	254	-

	2562	2561
	▼ 2,811	▲ 9,052
	▲ 1,132	▲ 752

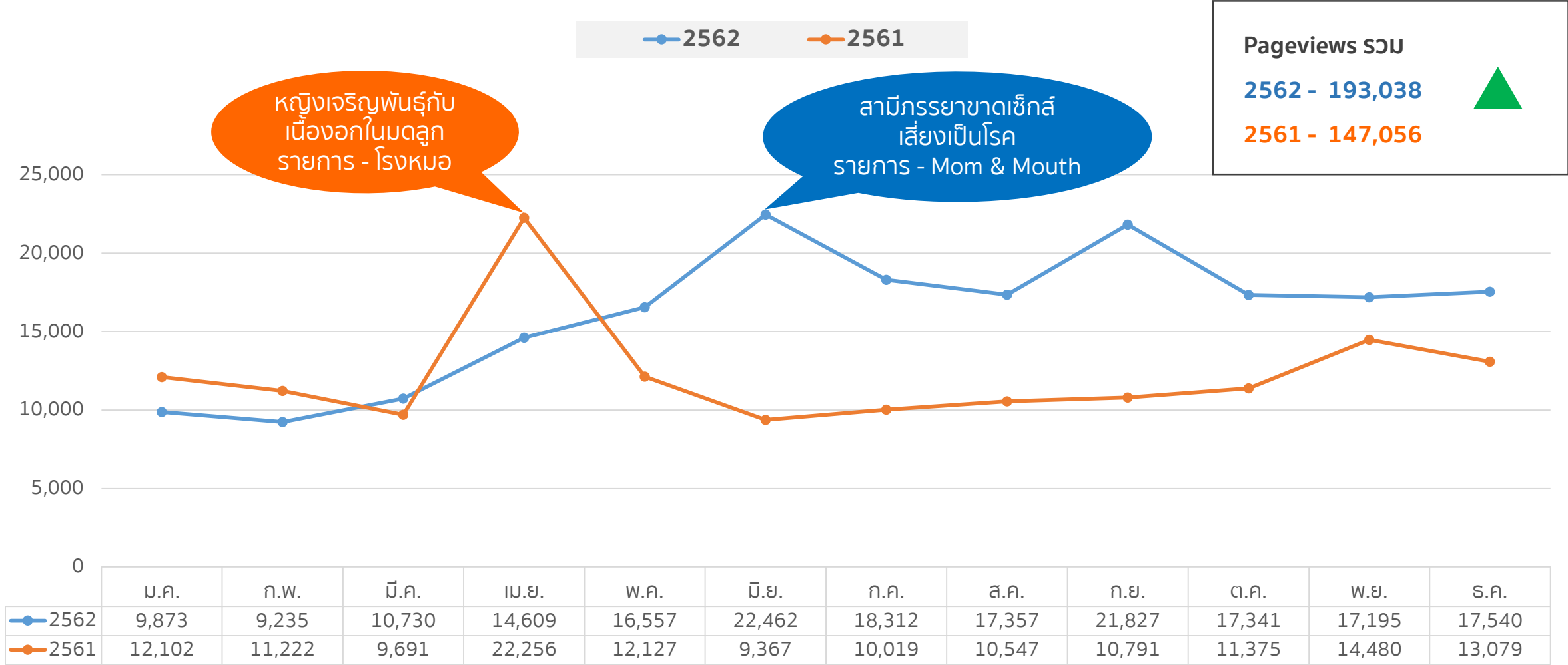
	2562	2561
	** 2,772	-
	994	-

** Magazine อยู่ระหว่างการปรับปรุง, VIPA เปิดให้ดาวน์โหลดครั้งแรกเมื่อ ต.ค. 62

Radio & Podcast



สถิติการเข้าชมเว็บไซต์ Radio & Podcast เปรียบเทียบ Pageviews แยกรายเดือน ปี 2562 - 2561



• Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีคนเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

สถิติข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ Radio & Podcast เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

Engagement :

การมีส่วนร่วม :

2562

2561

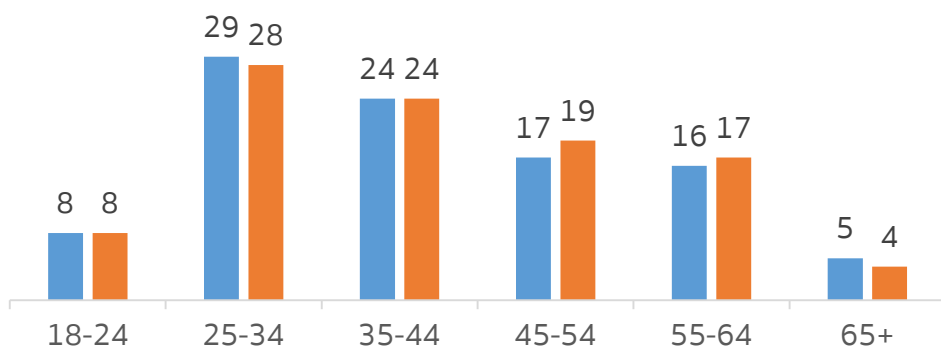
🕒	Avg. Time Duration	▲	01.00 นาที	00.50 นาที
📄	Page per Visit	▲	1.32 หน้า	1.30 หน้า
📄	Bounce Rate	▲	83.93%	84.70%

Demographics :

กลุ่มอายุ :

2562

2561

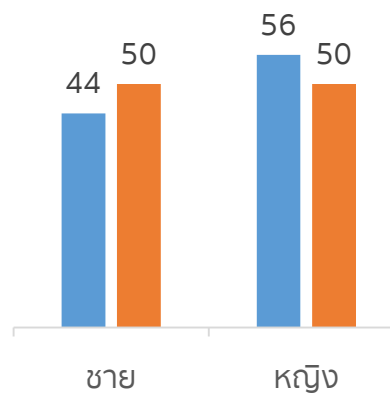


Age :

เพศ :

2562

2561

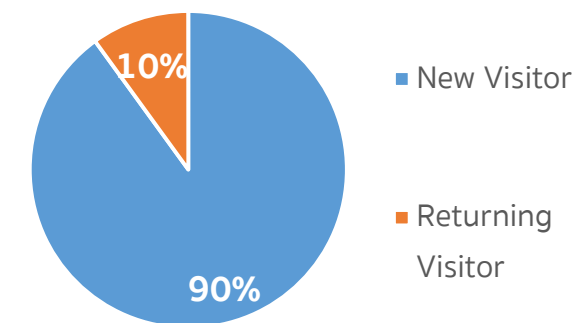
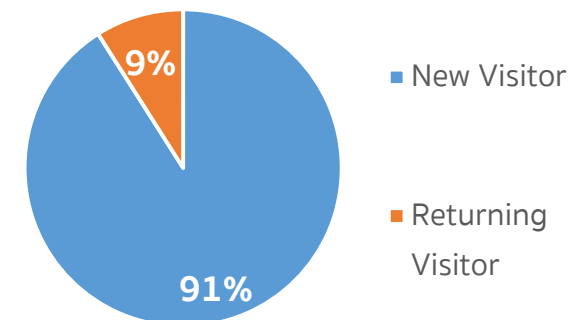


Behavior :

พฤติกรรม :

2562

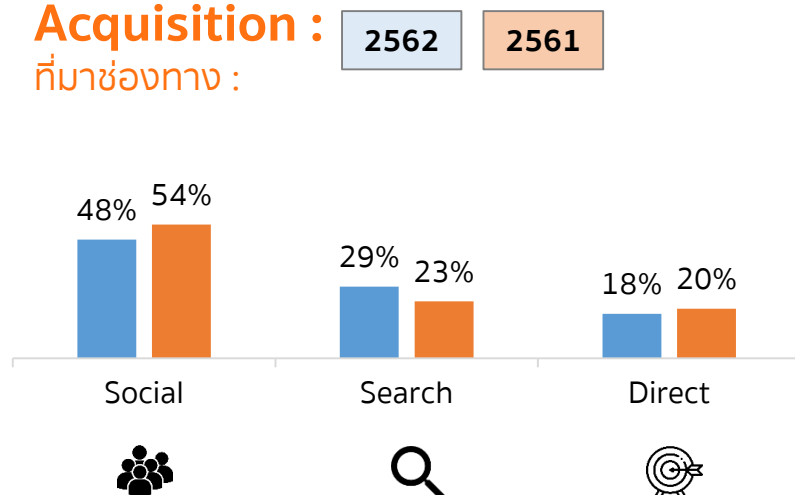
2561



สถิติแหล่งที่มาการเข้าชมเว็บไซต์ Radio & Podcast เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561

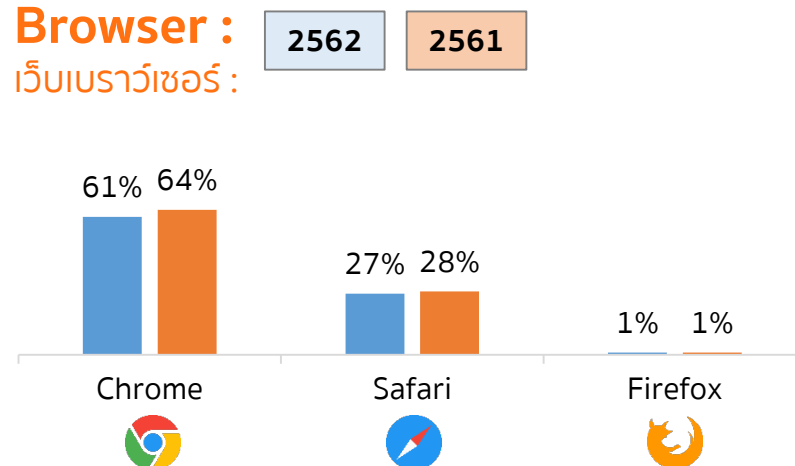
Acquisition :

ที่มาช่องทาง :



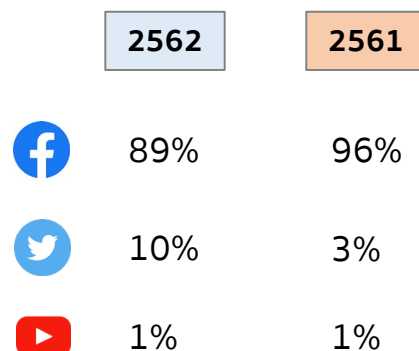
Browser :

เว็บเบราว์เซอร์ :



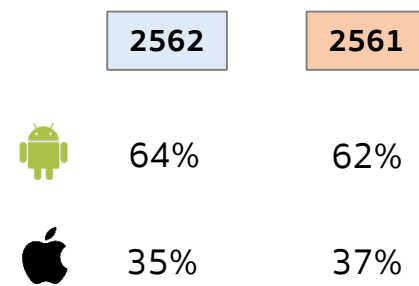
Social Media :

สื่อสังคมออนไลน์ :



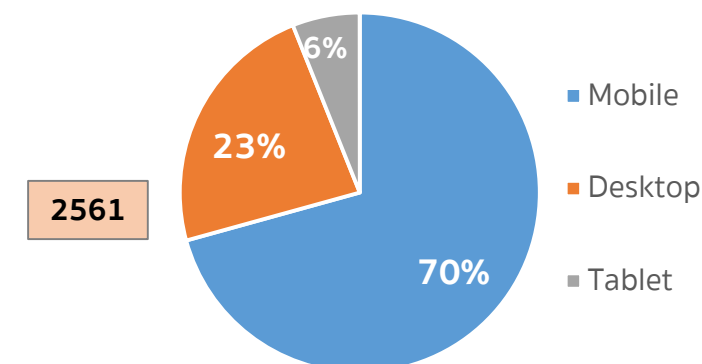
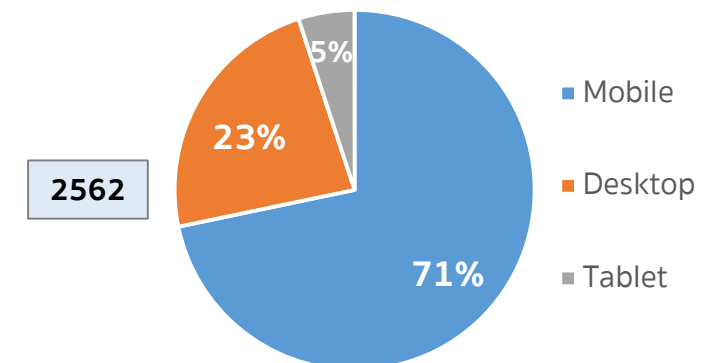
OS :

ระบบปฏิบัติการ :



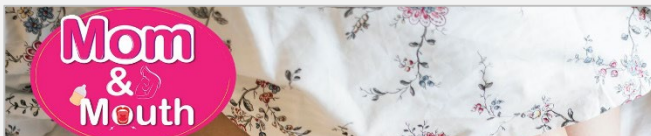
Device :

อุปกรณ์ :



สถิติ 10 อันดับ เนื้อหาเว็บไซต์ Radio & Podcast ยอดเข้าชมสูงสุด ปี 2562

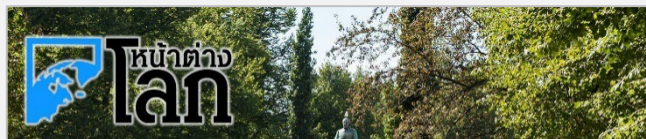
อันดับ 1



สามีภรรยาขาดเช็กส์เสี่ยงเป็นโรค

รายการ - Mom & Mouth **4,285** Pageviews

อันดับ 2



ประเทศที่มีความสุขมากที่สุด

รายการ - หน้าต่างโลก **2,892** Pageviews

อันดับ 3



ลดยังไงก็ไม่พอม เพราะระบบเผาผลาญพัง

รายการ - รังนก **1,525** Pageviews

อันดับ	เนื้อหา	รายการ	Pageviews
4	ชุมชนอันอบอุ่นของ “ยูริ”	พิกัดเพศ	1,217
5	10 เหตุผลที่ทำให้สามีนอกใจภรรยา	Mom & Mouth	884
6	ความจริงของโรคเสพติดเช็กส์	รังนก	865
7	7 วิธีป้องกันสามีไม่ให้มีผู้หญิงคนอื่น	Mom & Mouth	854
8	ผู้หญิงแบบไหนที่ผู้ชายอยากให้เป็นแม่ของลูก	Mom & Mouth	793
9	ซื้อรองเท้าวิ่งอย่างไรถึงจะดี	รังนก	749
10	สัญญาณที่ดีที่บ่งบอกว่าสามีกำลังคิดถึงเรา	Mom & Mouth	738



Analysis :

วิเคราะห์ :

- ภาพรวมสถิติเว็บไซต์ Radio & Podcast ปี 2562 เติบโตขึ้น แต่ไม่ได้สูงขึ้นมากนัก
- สถิติ Engagement ที่สำคัญทั้ง Avg. Time, Page per Visit และ Bounce Rate เติบโตสูงขึ้นทั้งหมด อย่างไรก็ตาม มีจุดที่น่าสังเกตในด้านการเติบโต ด้วยความที่เป็นเนื้อหาเสียง ค่า Avg. Time อยู่ที่ 1.00 นาที ถือว่าค่อนข้างน้อยสำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวกับการฟังและดู
- ปี 2563 จึงเป็นปีที่ท้าทายว่า เว็บไซต์ Radio & Podcast จะทำสถิติด้าน Engagement ได้สูงขึ้นกว่าเดิมหรือไม่
- ทั้งนี้จากปัญหาในปี 2562 ที่พบว่า เว็บไซต์ค่อนข้างจะมีปัญหาทั้งในส่วนของการเข้าใช้งานและการฟังเนื้อหา ทำให้ส่งผลกระทบต่ออัตราการประชาสัมพันธ์ เพราะต่อให้เราทำการประชาสัมพันธ์ดีอย่างไร แต่เมื่อผู้ใช้งานเข้ามาและมีปัญหาการใช้งาน ก็มีแนวโน้มว่าเขาจะไม่กลับมาใช้งานเว็บไซต์และไม่ติดตามเนื้อหาอื่น ๆ

Recommendation :

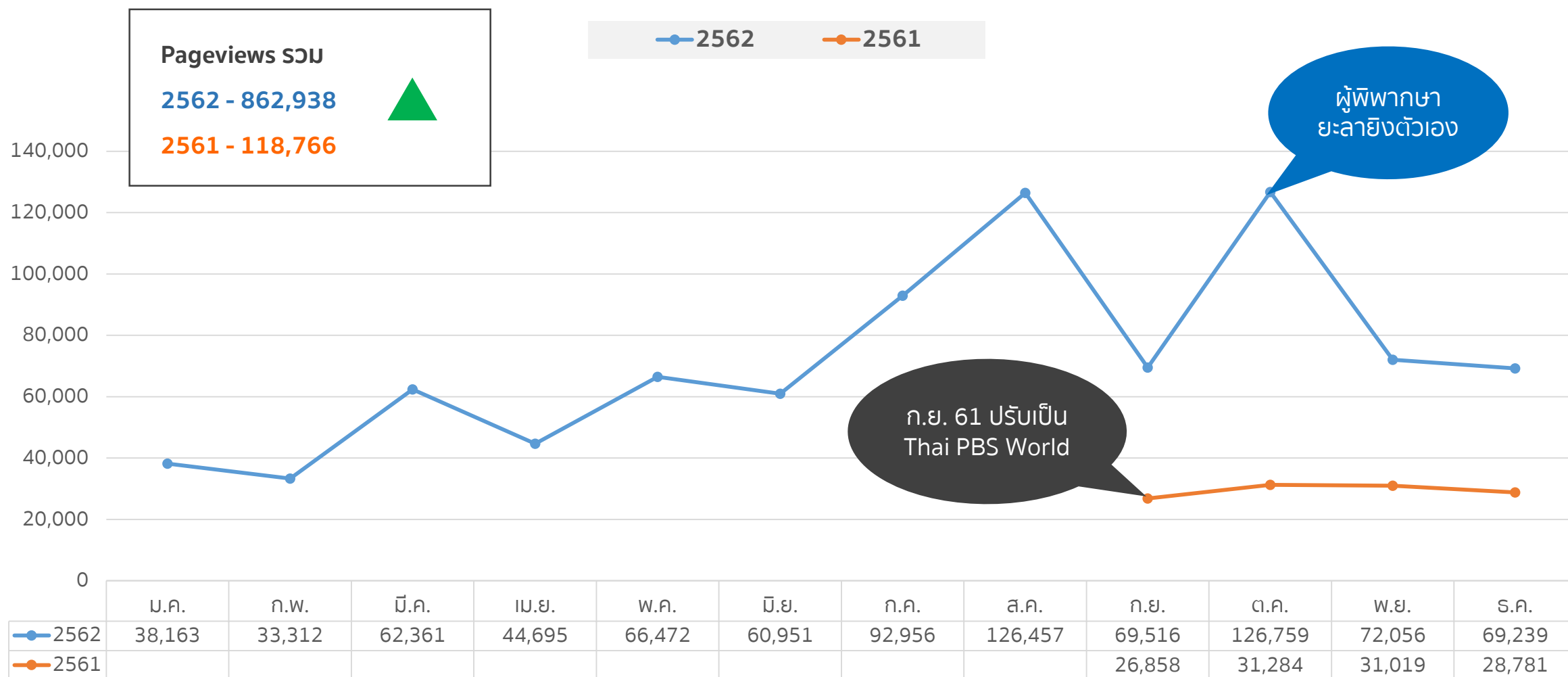
ข้อเสนอแนะ :

- ถึงปัจจุบันจะเป็นเทรนด์ของ Podcast แต่หากว่ากันตรง ๆ เทรนด์นี้ก็ยังคงค่อนข้างเป็นเฉพาะกลุ่ม (Niche) ทำให้การสร้างเนื้อหาที่ตรงใจหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มฐานแฟนใหม่ ๆ จึงอาจทำได้ลำบาก
- การพัฒนาในตอนนี้ จึงควรมุ่งกับการนำเนื้อหาไปวางบน Platform Radio หรือ Podcast ยอดนิยมต่าง ๆ แทน รวมไปถึง YouTube ด้วย เพราะคนไทยนิยม YouTube
- เพื่อเป็นการนำ Thai PBS Radio & Podcast ไปอยู่ในจุดที่กลุ่มผู้ฟัง Podcast อยู่ เพื่อสร้างฐานแฟนใหม่ ๆ ก่อนจะดึงให้ผู้ฟังกลับมาติดตามบนเว็บไซต์หรือแอปในภายหลัง
- ฉะนั้นการสร้างบัญชีบน Platform ยอดนิยมและนำเสนอเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญที่ขอแนะนำ แต่อาจต้องมีตำแหน่งหรือทีมงานเฉพาะขึ้นมาจัดการในส่วนนี้
- อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าพัฒนาเว็บไซต์ของ Radio & Podcast ไม่สำคัญ มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ซึ่งปี 2563 เว็บไซต์ใหม่ของ Radio & Podcast น่าจะเสถียรและน่าจะได้ส่งผลให้มีผู้เข้าใช้งานเพิ่มขึ้น

Thai PBS World



สถิติการเข้าชมเว็บไซต์ Thai PBS World เปรียบเทียบ Pageviews แยกรายเดือน ปี 2562 - 2561



- Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีคนเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

สถิติข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ Thai PBS World เปรียบเทียบปี 2562 - 2561

Engagement :

การมีส่วนร่วม :

2562

2561

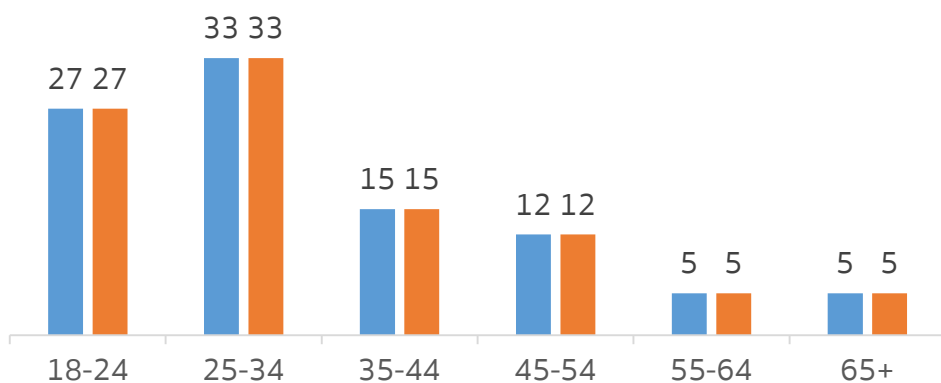
🕒	Avg. Time Duration	▼	01.00 นาที	01.21 นาที
📄	Page per Visit	▼	1.42 หน้า	1.62 หน้า
📄	Bounce Rate	▼	82.20%	77.80%

Demographics :

กลุ่มอายุ :

2562

2561

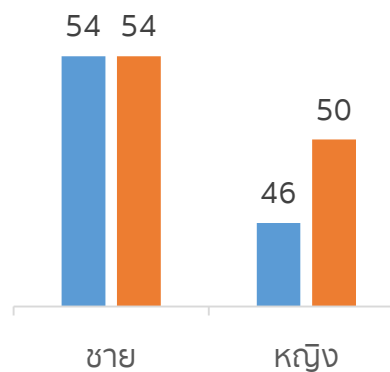


Age :

เพศ :

2562

2561

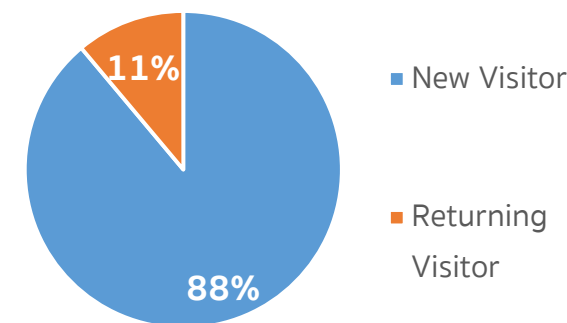
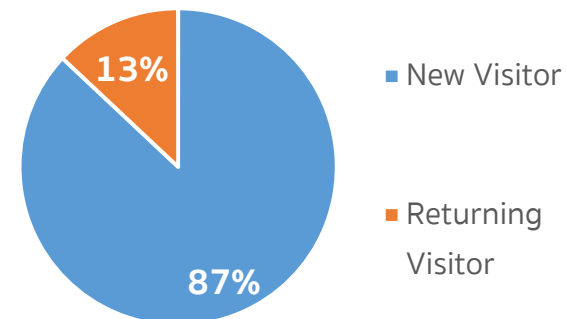


Behavior :

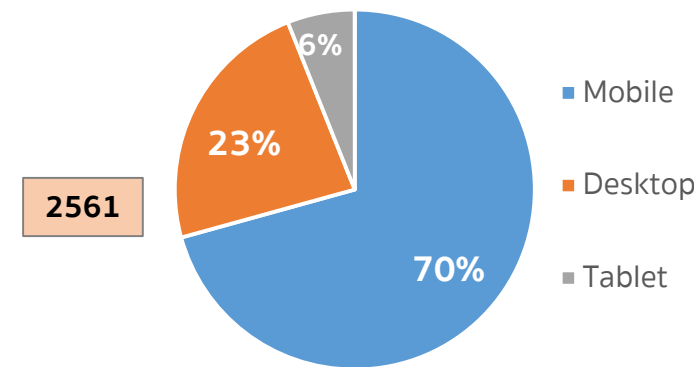
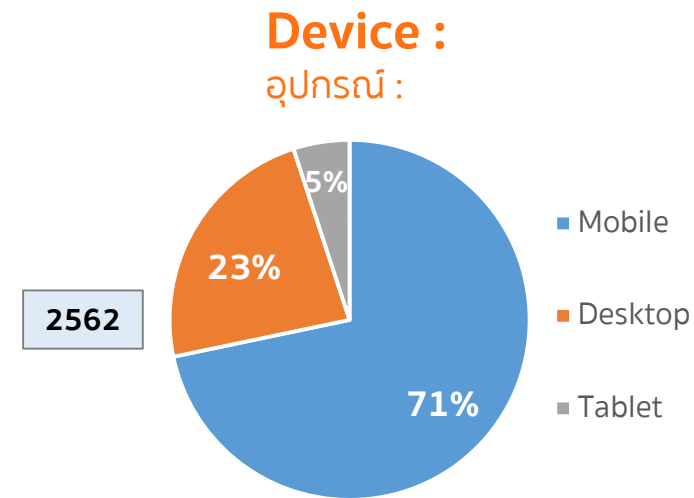
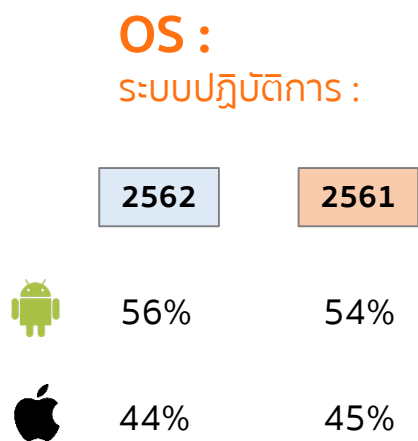
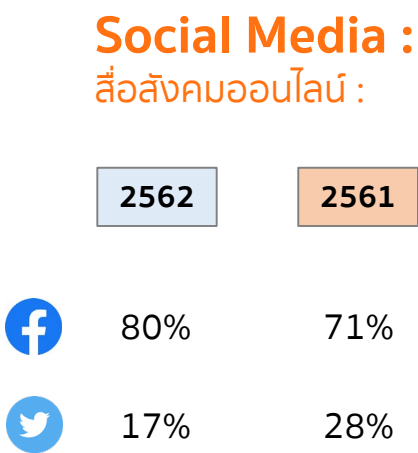
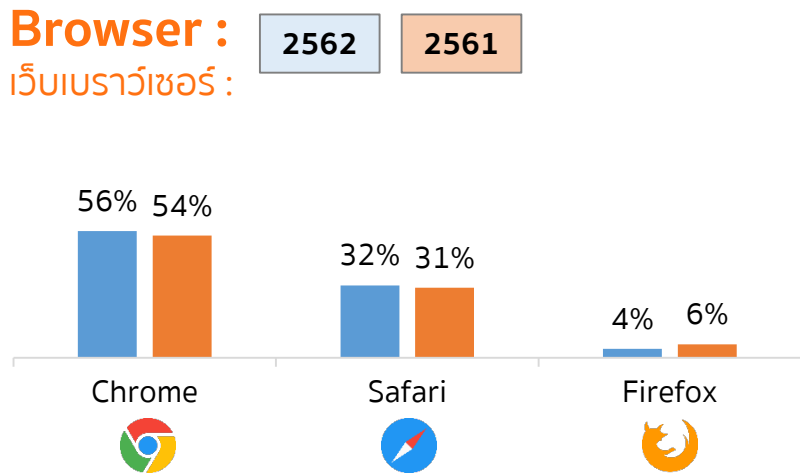
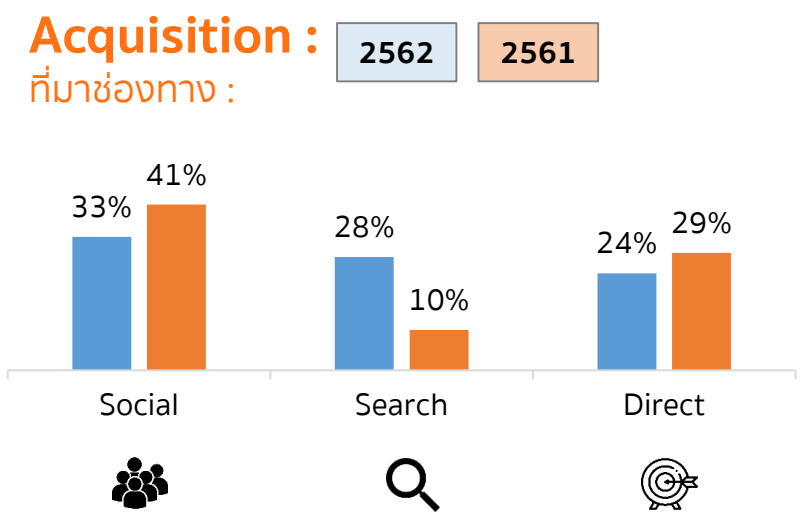
พฤติกรรม :

2562

2561



สถิติแหล่งที่มาการเข้าชมเว็บไซต์ Thai PBS World เปรียบเทียบ ปี 2562 - 2561



อันดับ 1



BREAKING – Four explosions in Bangkok
 KJVQD – Politics **36,598** Pageviews

อันดับ 2



Judge shoots self in court after being forced to change verdict
 KJVQD - General **27,891** Pageviews

อันดับ 3



Two Philippine tourists missing in Phuket seas
 KJVQD - General **15,759** Pageviews

อันดับ	เนื้อหา	KJVQD	Pageviews
4	4 killed and 40 injured in mountain road bus accident	General	908
5	Manhunt on for Thailand’s “Jack the Ripper” after fresh murder in Khon Kaen	General	844
6	Thanathorn arrives at crossroads sooner than expected	Highlight	744
7	King and Queen to tour Bangkok’s Chinatown this evening	Uncategorized	641
8	Change in colour of Mekong River a boon for local tourism	General	636
9	Thanathorn warned he must seek police permission for public rally on Saturday	Politics	629
10	Road death toll jumps to 109 in first two days of safe driving campaign	General	591



Analysis :

วิเคราะห์ :

- ภาพรวมสถิติเว็บไซต์ Thai PBS World ปี 2562 ด้วยยอด 862,938 Pageviews แต่ไม่สามารถเปรียบเทียบกับปี 2561 ได้ เพราะเว็บไซต์ Thai PBS World ได้ปรับเปลี่ยนจากข่าวภาคภาษาอังกฤษมาเป็น Thai PBS World เมื่อ ก.ย. 2561
- เดือน ต.ค. เป็นเดือนที่ทำสถิติได้ดีที่สุดของปี
- เว็บไซต์ Thai PBS World เน้นนำเสนอเนื้อหาข่าวเป็นหลัก ไม่มีเนื้อหา Lifestyle หรือ Entertainment ทำให้เว็บไซต์ ขาดความหลากหลายของเนื้อหา

Recommendation :

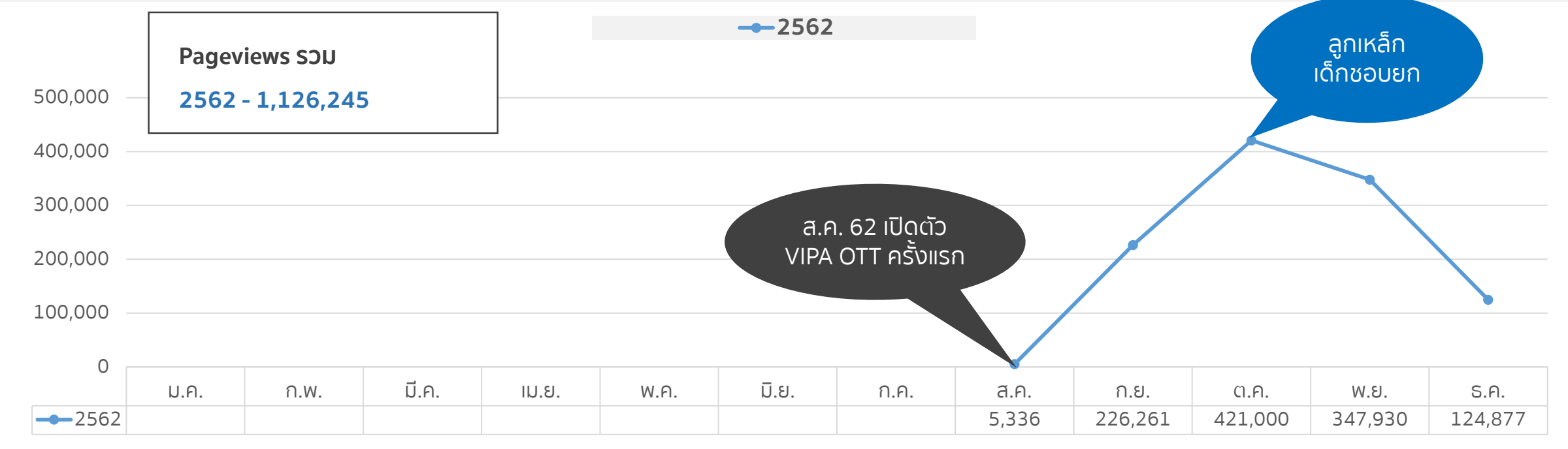
ข้อเสนอแนะ :

- กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนให้กับ Thai PBS World อาจเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เข้ามาให้คำแนะนำและร่วมกำหนดเป้าหมาย
- เพิ่ม Partner เพื่อนำเนื้อหาที่น่าสนใจ หรือทำ Co-Creation ร่วมกัน เช่น มหาวิทยาลัย หรือ Influencer เพื่อช่วยเสริมด้านเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากขึ้น และใช้ประโยชน์จาก Partner หรือ Influencer ในการเพิ่มพลังในการประชาสัมพันธ์
- ปรับปรุงหมวดข่าวโดยอิงกับความเชี่ยวชาญของทีมงานปัจจุบัน เพื่อให้แต่ละหมวดข่าวมีการผลิตเนื้อหาออกมาต่อเนื่อง
- เพิ่มเนื้อหาด้าน Lifestyle และ Entertainment ซึ่งเป็น Soft Content ที่เข้าถึงผู้อ่านวงกว้าง
- อบรมเพิ่มทักษะการทำเนื้อหาออนไลน์ เช่น Online Content Writer, SEO Writing

VIPA OTT



สถิติการเข้าชมเว็บไซต์ VIPA OTT ข้อมูล Pageviews แยกรายเดือน ปี 2562



• Pageviews คือ จำนวนครั้งที่เว็บไซต์ถูกเข้าชม นับทุกครั้งที่มีคนเข้ามา ไม่ว่าจะเคยเข้ามาแล้วหรือไม่

Membership :

สมาชิก :

Facebook	18,348
Email	9,289
Total	27,637

VOD Views :

ยอดชมวิดีโอ :

รวม	283,161 ชั่วโมง 50 นาที
เฉลี่ย	20.22 นาที

สถิติข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ VIPA OTT ปี 2562

Engagement :

การมีส่วนร่วม :

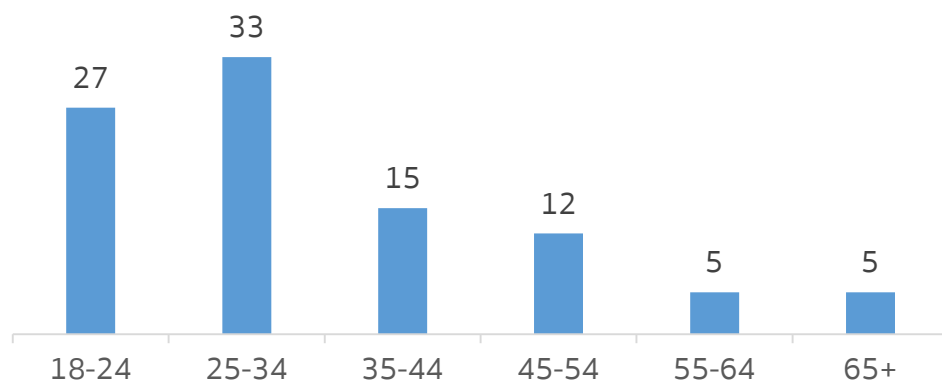
2562

🕒	Avg. Time Duration	03.54 นาที
📄	Page per Visit	4.72 หน้า
📈	Bounce Rate	30.64%

Demographics :

กลุ่มอายุ :

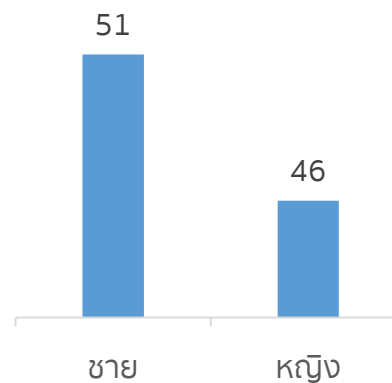
2562



Age :

เพศ :

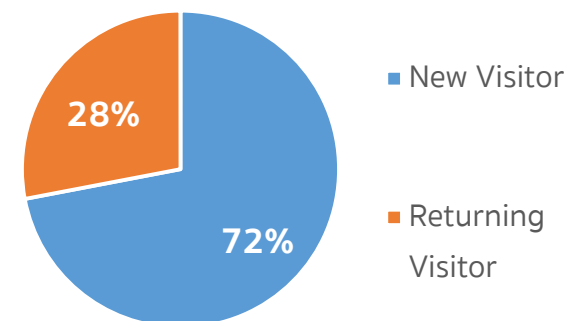
2562



Behavior :

พฤติกรรม :

2562

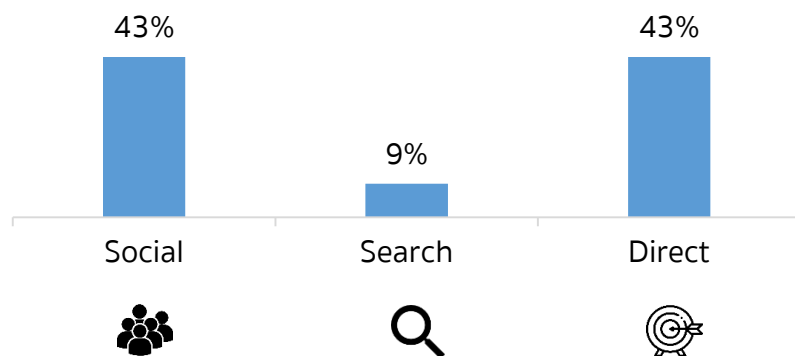


สถิติแหล่งที่มาการเข้าชมเว็บไซต์ VIPA OTT ปี 2562

Acquisition :

ที่มาช่องทาง :

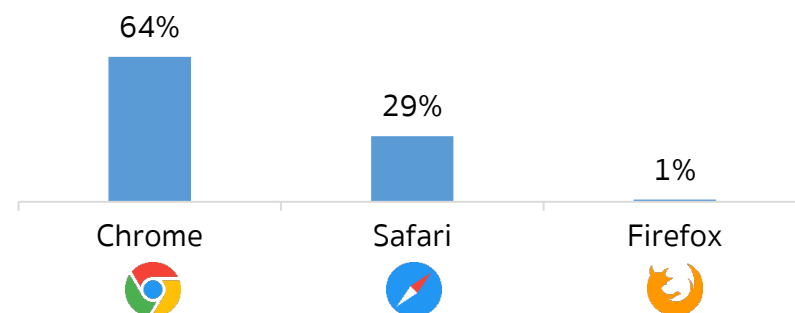
2562



Browser :

เว็บเบราว์เซอร์ :

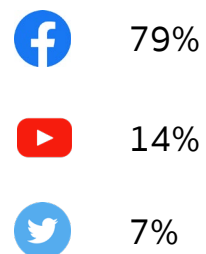
2562



Social Media :

สื่อสังคมออนไลน์ :

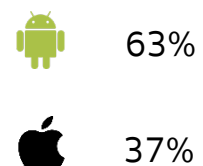
2562



OS :

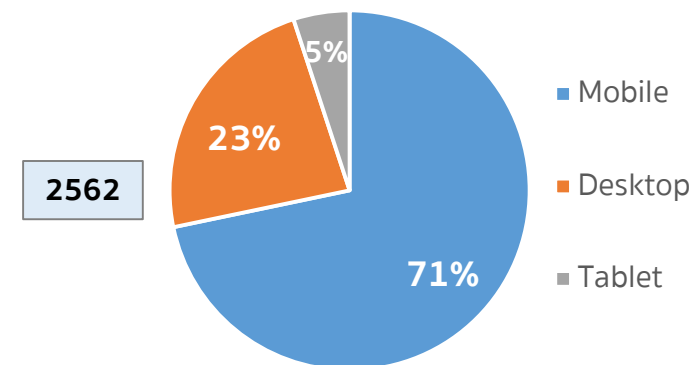
ระบบปฏิบัติการ :

2562



Device :

อุปกรณ์ :



สถิติ 10 อันดับ เนื้อหาเว็บไซต์ VIPA OTT ปี 2562

อันดับ 1

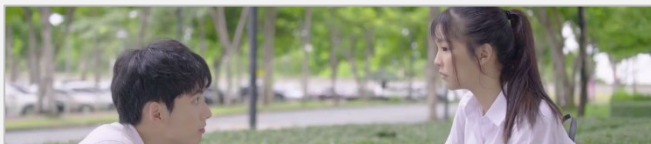


เด็กสาวโรคจิต

รายการ - ลูกเหล็ก เด็กชอบยก

39,258 Pageviews

อันดับ 2



พรสวรรค์

รายการ - ลูกเหล็ก เด็กชอบยก

14,740 Pageviews

อันดับ 3



ความฝัน

รายการ - ลูกเหล็ก เด็กชอบยก

10,400 Pageviews

อันดับ	เนื้อหา	รายการ	Pageviews
4	ตอนพิเศษ	ปลายจวัก	9,405
5	สู้ไว้ย	ลูกเหล็ก เด็กชอบยก	7,728
6	ของวิเศษ	ลูกเหล็ก เด็กชอบยก	6,138
7	ความลับ	ลูกเหล็ก เด็กชอบยก	6,050
8	แบก	ลูกเหล็ก เด็กชอบยก	5,596
9	ความรักกับความฝัน	ลูกเหล็ก เด็กชอบยก	5,003
10	เบาะแส	ลูกเหล็ก เด็กชอบยก	3,860



Analysis :

วิเคราะห์ :

- สถิติภาพรวมการเข้าชมเว็บไซต์ VIPA OTT ปี 2562 ด้วยยอด 1,126,245 Pageviews โดยสถิติเริ่มนับตั้งแต่เดือนส.ค. ที่เปิดตัว VIPA OTT ครั้งแรก
- สถิติ Engagement ที่สำคัญทั้ง Avg. Time, Page per Visit และ Bounce Rate รวมถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจระดับหนึ่ง เพียงแต่ Avg. Time อยู่ที่ 03.54 นาที ถือว่าค่อนข้างน้อยสำหรับเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับดูและฟัง
- ภาพรวมสถิติของ VIPA ซึ่งเป็น Platform ใหม่ มีโอกาสที่จะเติบโตได้สูงกว่านี้ หากเว็บไซต์มีความเสถียรมากกว่านี้ กระตุ้นต่อการประชาสัมพันธ์ เมื่อผู้ใช้งานเข้ามาและมีปัญหาการใช้งาน ก็มีแนวโน้มว่าเขาจะไม่กลับมาใช้งานเว็บไซต์และไม่ติดตามเนื้อหาอื่น ๆ
- อีกทั้งการปรับเปลี่ยนนโยบายด้าน Original Content หรือ Exclusive Content นั้นไม่ใช่ VIPA First หรือ VIPA Only เหมือนตอนเริ่มต้น ทำให้ผู้ชมออนไลน์สามารถติดตามในช่องทางที่เขาคุ้นเคย ทำให้สถิติในช่วงปลายปีที่น่าจะได้จาก “ปลายจวัก” หายไปมาก

Recommendation :

ข้อเสนอแนะ :

- ปี 2563 คือ ปีที่ท้าทายอย่างยิ่งในการพัฒนาเว็บไซต์ VIPA OTT เพราะนอกจากต้องปรับปรุง UI และ UX ของเว็บไซต์ให้ดีกว่าปัจจุบัน เพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้งานออนไลน์ได้ดีกว่านี้
- ยังมีเรื่องของนโยบายด้านเนื้อหา ที่ต้องชัดเจนว่าจะยังมี VIPA First หรือ VIPA Only หรือไม่ หากนโยบายด้าน Exclusive Content ไม่มี ก็ค่อนข้างลำบากที่จะทำให้เว็บไซต์ VIPA OTT เติบโตได้สูงในระดับที่น่าพอใจ

VIPA Bot



สถิติการโต้ตอบผู้ใช้งานของ VIPA Bot ปี 2562

User :

ผู้ใช้งานบอก :

2562



Total User

59,441



LINE

52,152



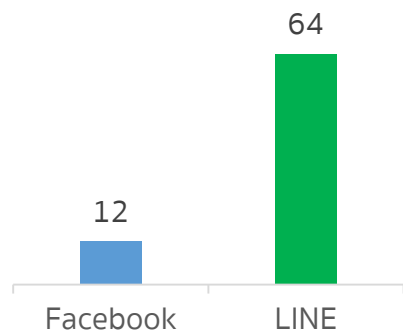
Facebook

7,289

User :

สัดส่วนผู้ใช้งาน :

2562



Bubble :

ข้อความ :

2562



Total Bubble

426,683



LINE

274,262



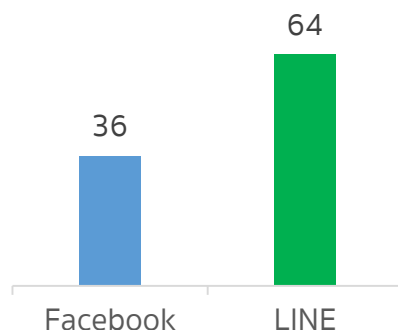
Facebook

152,421

Bubble Source :

ที่มาข้อความ :

2562



- Bubble จำนวนข้อความ นับรวมทั้งข้อความที่บอกล่งให้ผู้ใช้ ข้อความของแอดมิน ข้อความของผู้ใช้งาน

Agent Requested :

ติดต่อแอดมิน :

2562



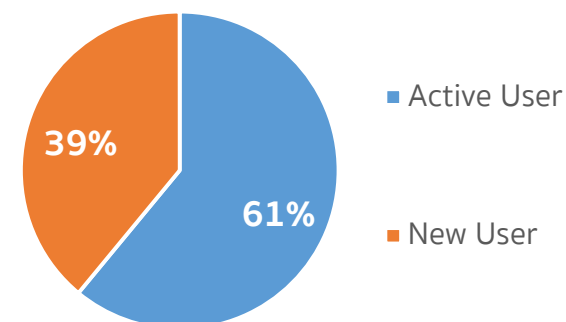
3,082 ครั้ง

- ผู้ใช้งานจาก Facebook เท่านั้น ที่สามารถกดคำสั่ง “ติดต่อแอดมิน” ได้

Behavior :

พฤติกรรม :

2562



Engagement :

การมีส่วนร่วม :

2562

Reach	1,016,633
Clicks	14,235
Read	6,039
Likes	1,079
Total News	4,802

- VIPA Bot ส่งข่าวประจำวันตามความสนใจของผู้รับข่าว (Personalized) เป็นประจำทุกวัน เวลา 18.00 น.

Top 10 Content :

10 อันดับ เนื้อหาสูงสุด :

อันดับ	เนื้อหา	ส่งถึง	คลิกอ่าน
1	ปิดฉาก “พายุเรือเพื่อเจ้าพระยา” ปี 2 มั่นใจ 5 ปีไทยขยับเป็นศูนย์	1,947	94
2	วินาที "ทวิ ไกรคุปต์" แย่งไมค์ "อริบดิกรมปาโม" ปกป้องลูก	1,638	91
3	อยู่สบาย ตายดี เตรียมพร้อมทางเลือกคุณภาพชีวิต วาระสุดท้าย	922	73
4	นายกฯ มอบคำขวัญวันเด็กปี 63	1,624	70
5	ชัยวัฒน์ ยันไม่หนี มอบตัวพรุ่งนี้ที่ดีเอสไอ	1,080	69
6	ร.กรุงไทย เปิดยื่นยืมตัวตน "ซิมซ้อปใช้" 170 สาขา5-6 ต.ค.นี้	1,996	66
7	กรุงเทพฯ-สุโขทัย ดัดโพ 66 เมืองสร้างสรรค์แห่งใหม่ของยูเนสโก	1,036	66
8	ถอด 2 รางวัล "แม่เมณี" พันทำเนียบนักธุรกิจหญิงคดีโกงแฮร์	860	65
9	วิกฤตเลิกจ้างส่อลูกลาม หลังเศรษฐกิจชะลอตัว	1,068	64
10	นายกฯ ชวนคนไทยลอยกระทงปลอดภัย-รักษาสีสิ่งแวดล้อม	733	63



Analysis :

วิเคราะห์ :

- VIPA เปิดใช้งาน 2 Platform คือ Facebook เปิดตัวเมื่อเดือน พ.ค. ส่วน LINE เปิดตัวเมื่อเดือน ต.ค.
- ภาพรวมของ VIPA Bot ในปี 2562 คือ เป็นปีแห่งการทดสอบและแก้ไข เพราะค่อนข้างมีปัญหาในการที่บอกรับไม่มีความเข้าใจและไม่สามารถโต้ตอบผู้ใช้งานได้ รวมไปถึง Flow และบริการพื้นฐานของบอทที่อาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานที่เข้ามาใช้งานครั้งแรก
- ซึ่งต้องประสานงานให้ทีม Boonmee Lab ช่วยพัฒนาอย่างเร่งด่วนต่อเนื่อง รวมไปถึงระบบต่าง ๆ ที่ Boonmee Lab ทำมาให่ก็มีความซับซ้อนในการใช้งานและมีปรับเปลี่ยนต่อเนื่อง ทำให้ VIPA Bot ขาดความเสถียร
- ได้มีการปรับ Chatbot Flow และเพิ่มบริการพื้นฐานให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกมากขึ้น เมื่อเดือน พ.ย. ที่น่าจะยึดรูปแบบนี้ไปสักระยะเพื่อเก็บข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงต่อไป
- ผู้ใช้งาน VIPA Bot ทั้งหมดคือ 59,441 โดยมีสัดส่วนมาจาก LINE 64% มากกว่า Facebook ที่ 12% โดยมีการขอติดต่อแอดมิน (Facebook เท่านั้น) อยู่ที่ 3,082 ครั้ง

Recommendation :

ข้อเสนอแนะ :

- ปี 2563 คือปีที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ VIPA Bot อย่างเป็นทางการ เพื่อให้บอทได้โต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้น เพื่อให้ระบบ Machine Learning ได้ทำงาน
- การพัฒนา VIPA Bot ในเฟสที่ 2 ต้องมีการหารือกับทีมโซเชียลมีเดีย ที่ถือเป็นผู้ใช้งานโดยตรง ให้เข้ามาช่วยในการออกข้อเสนอเพิ่มเติมในการพัฒนา ในส่วนของความสามารถที่อยากให้มีใน VIPA Bot
- การทำให้มีความฉลาดสามารถตอบโต้ต่อคำถามของผู้ใช้งานได้หลากหลายกว่าทุกวันนี้ จำเป็นต้องฟังพา ทีม Boonmee Lab ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนา Chatbot ให้พัฒนาเรื่องการโต้ตอบให้ดีกว่านี้



Thank You