

New Media Statistics

JANUARY 1-31, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

[Twitter.com/ThaiPBS](https://twitter.com/ThaiPBS)



METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-31 Jan 2020

Facebook

@ThaiPBSFan
@AMARINTVHD
@Thairath
@PPTVHD36
@workpoint



Instagram

@ThaiPBS
@PPTVHD36
@Thairath
@Voicetv
@Springnewstv



Twitter

@ThaiPBS
@NationTV22
@Thairath_News
@PPTVHD36
@SpringNews_TV



YouTube

/ThaiPBS
/NationTV22
/ThairathOnline
/VoiceTVHD
/PPTVThailandChannel



Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตาม

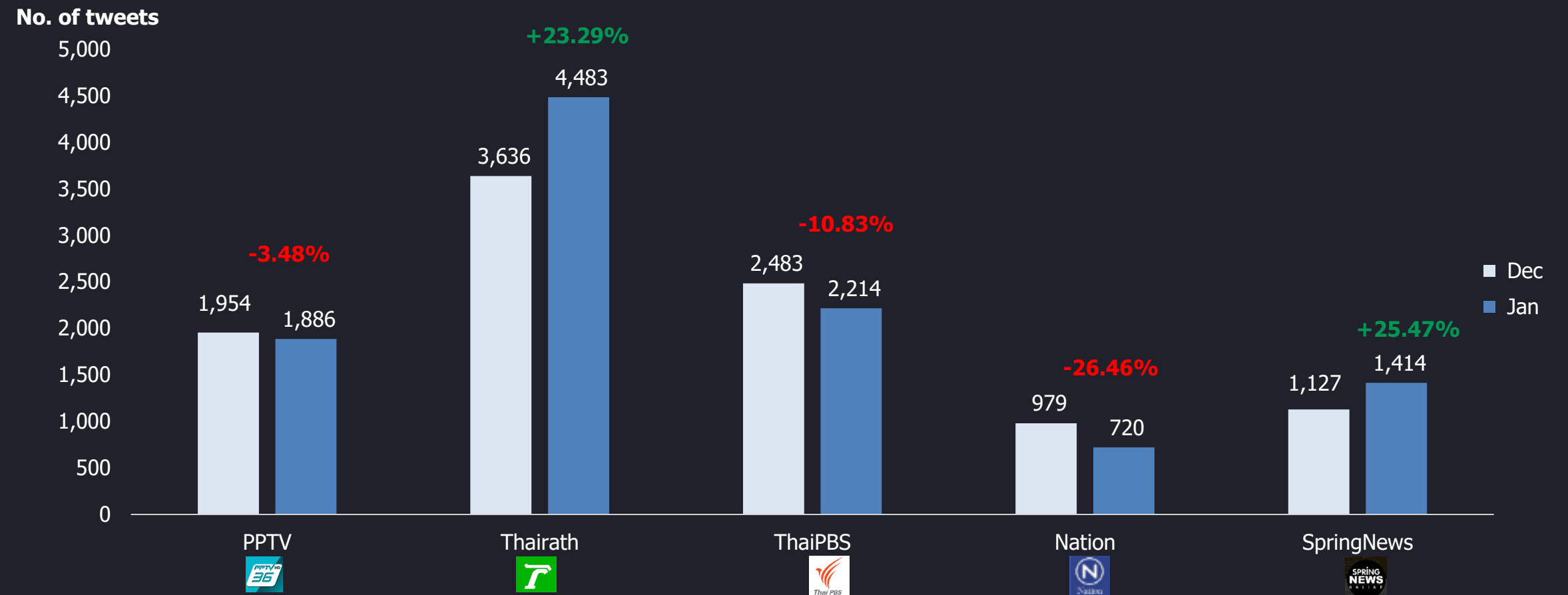
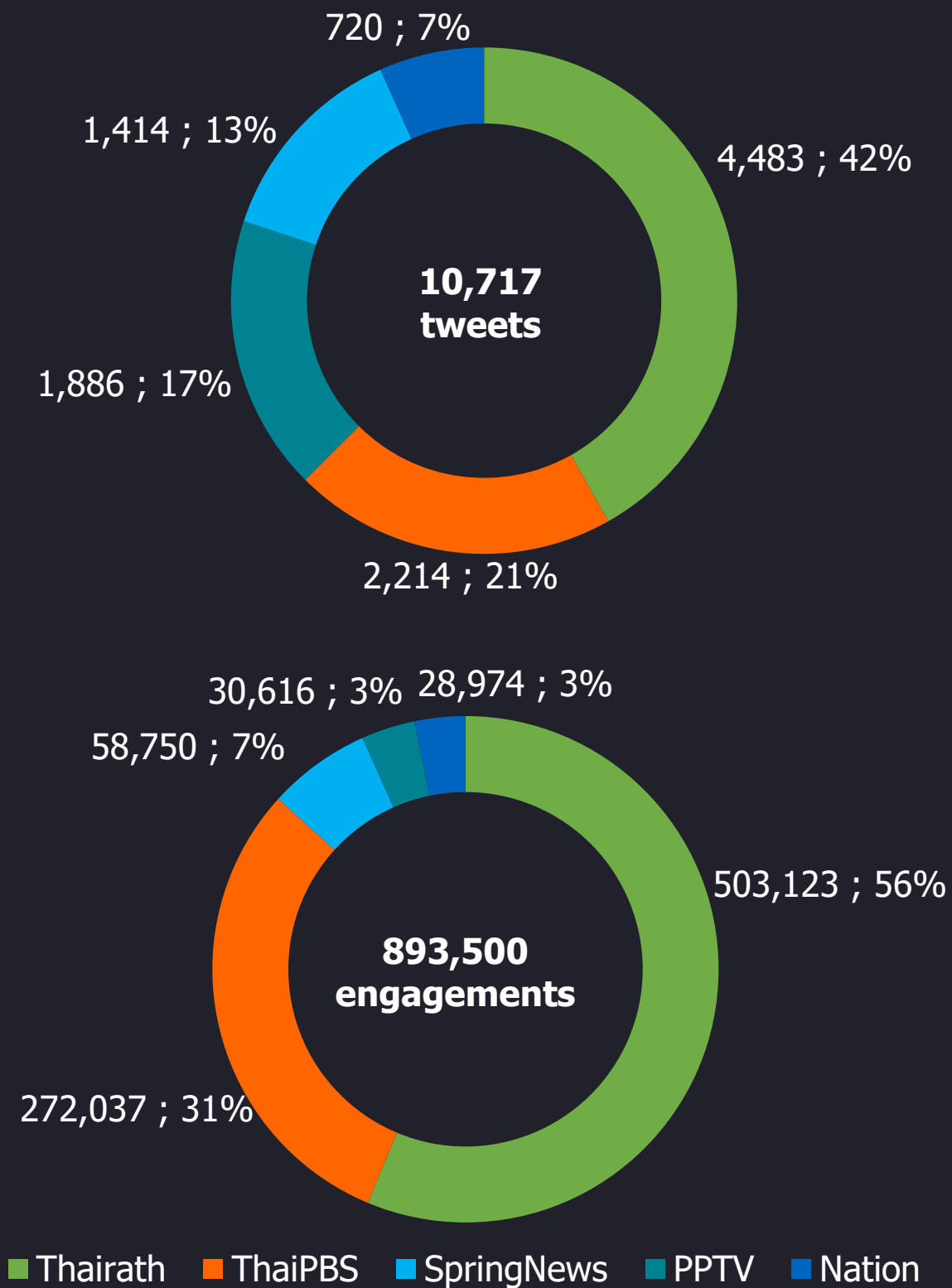
สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 31 ม.ค. : **2,725,169 Followers** (+ 16,570)

มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS
มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

NO.	USERNAME			Jan 20	Dec 19	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	3,138,472	3,098,645	+1.29
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,725,169	2,708,599	+0.61
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,468,486	2,460,850	+0.31
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,714,077	1,706,890	+0.42
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,455,830	1,451,985	+0.26
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	861,481	861,327	+0.02
7		Knewsonline	กรุงเทพธุรกิจ	744,001	739,858	+0.56
8		MatichonOnline	มติชน	713,213	693,179	+2.89
9		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	665,115	640,401	+3.86
10		FM100.5	FM100.5	431,305	430,073	+0.29
11		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	428,540	422,255	+1.49
12		MCOT_Digital	MCOT	342,447	341,483	+0.28

NO.	USERNAME			Jan 20	Dec 19	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	299,508	291,028	+2.91
14		TNNThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	259,837	256,379	+1.35
15		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	231,985	229,941	+0.89
16		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	229,487	213,335	+7.57
17		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	200,122	195,515	+2.36
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	183,405	179,162	+2.37
19		OneHDThailand	วันชาแนล	173,235	167,170	+3.63
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	101,221	96,630	+4.75
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	94,130	90,104	+4.47
22		ThaiCH8	ช่อง 8	48,019	47,269	+1.59
23		ThaiTv5	ททบ.5	22,304	22,283	+0.09
24		mono_group	โมโน	405	406	-0.25

ภาพรวมการทวิตในแต่ละสื่อ

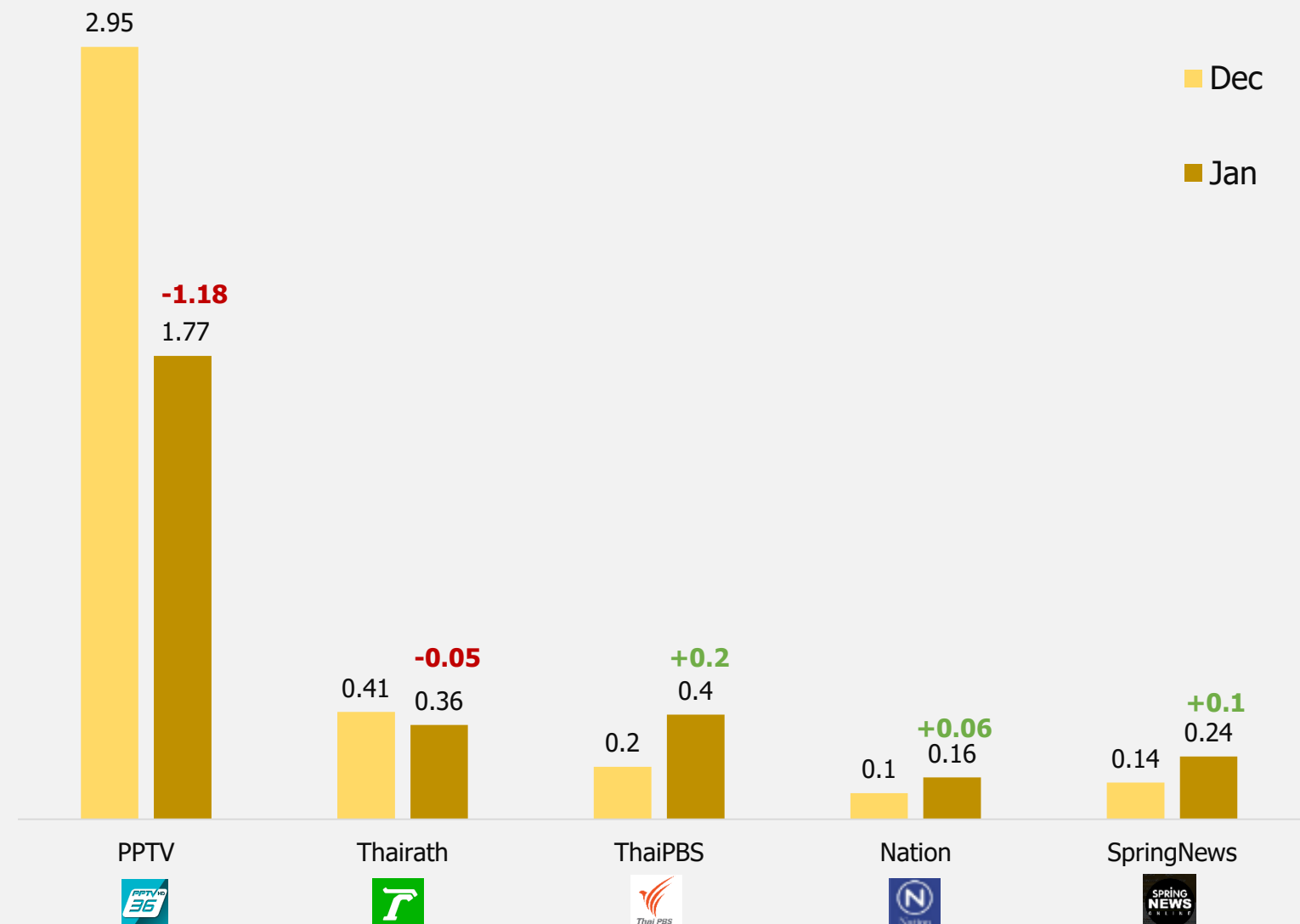


KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีการทวิต 2,214 ทวิต (272,037 engagements) ลดลงจากเดือนก่อนหน้า 269 ทวิต คิดเป็น 10.83% แบ่งเป็นการรีทวิตจากผู้สื่อข่าว/รายการ 189 ทวิต (54,642 engagements)
- **Thairath** : มีการทวิต 4,483 ทวิต (503,123 engagements) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 847 ทวิต คิดเป็น 23.29% โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 8 ม.ค. และ 21 ม.ค. ซึ่งข่าวที่มีการทวิตค่อนข้างเยอะ คือข่าวความสัมพันธ์ระหว่างสหรัฐ-อิหร่าน 32 ทวิต และข่าวศาลรัฐธรรมนูญไม่ยุบพรรคอนาคตใหม่ 35 ทวิต

ประสิทธิภาพทวิตในแต่ละสื่อ

ประสิทธิภาพของทวิตแต่ละสื่อ



Interaction ratio : 100 persons = $\frac{(\text{Likes} + \text{Retweets} + \text{Replies}) * 100}{\text{Standardize Fans for each post}}$

KEY FINDING

ThaiPBS : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 0.2 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "มุนคาเฟชั่นด้า แชนแท็กที่กำลังมาแรง เพราะข้อความที่เจ้าของร้าน และเพื่อน ๆ กล่าวถึง ศิลปินเกาหลีสัญชาติไทย #Lisa วง #Blackpink ในเชิงคุกคาม ล่วงเกิน หรือ การ #SexualHarassment" (8,232 engagements)

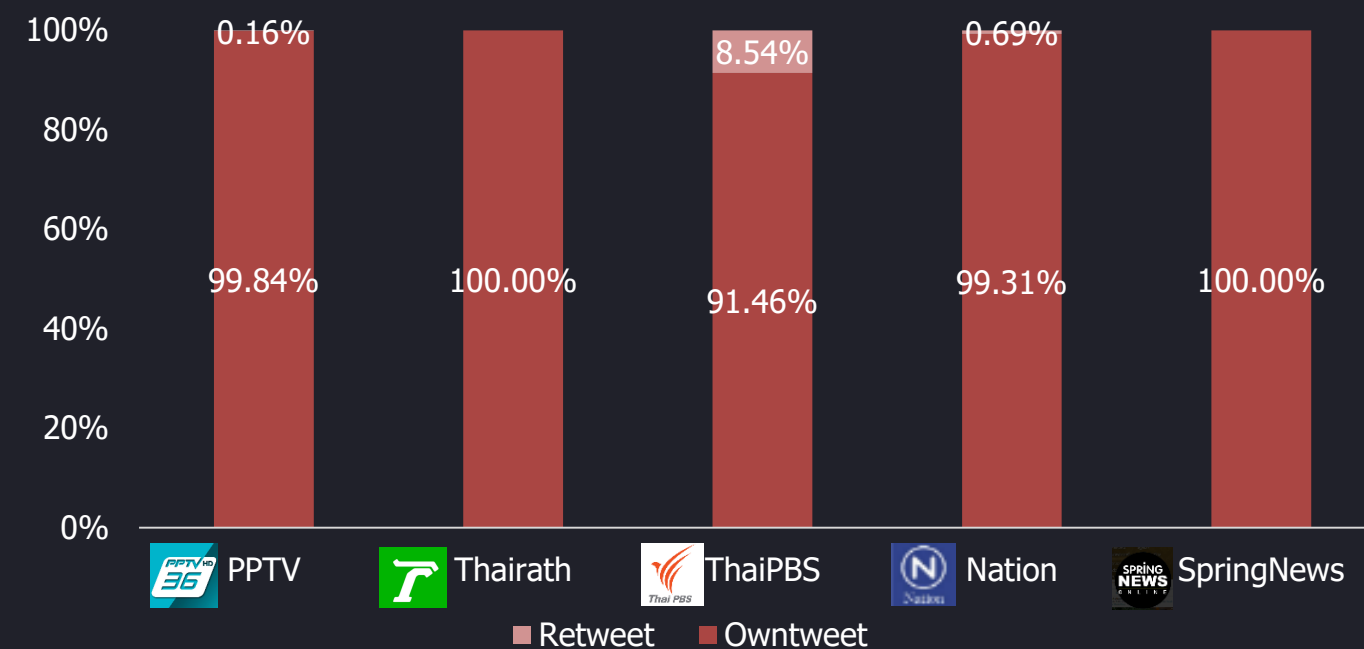
PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 1.18 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "เป็ก ผลิตโชค เข้าใจถูกตัดโซวเคาท์ดาวนี้ ขอโทษแทนทุกฝ่าย" (2,821 engagements)

Thairath : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.05 โดยได้ Engagement สูงจากการทวิตข่าวสังคมทั่วไป โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ วิดีโอสุนัข "ยั้งเลอะ ยั้งเยอะประสบการณ์นะครับพ่อ!" (19,763 engagements)

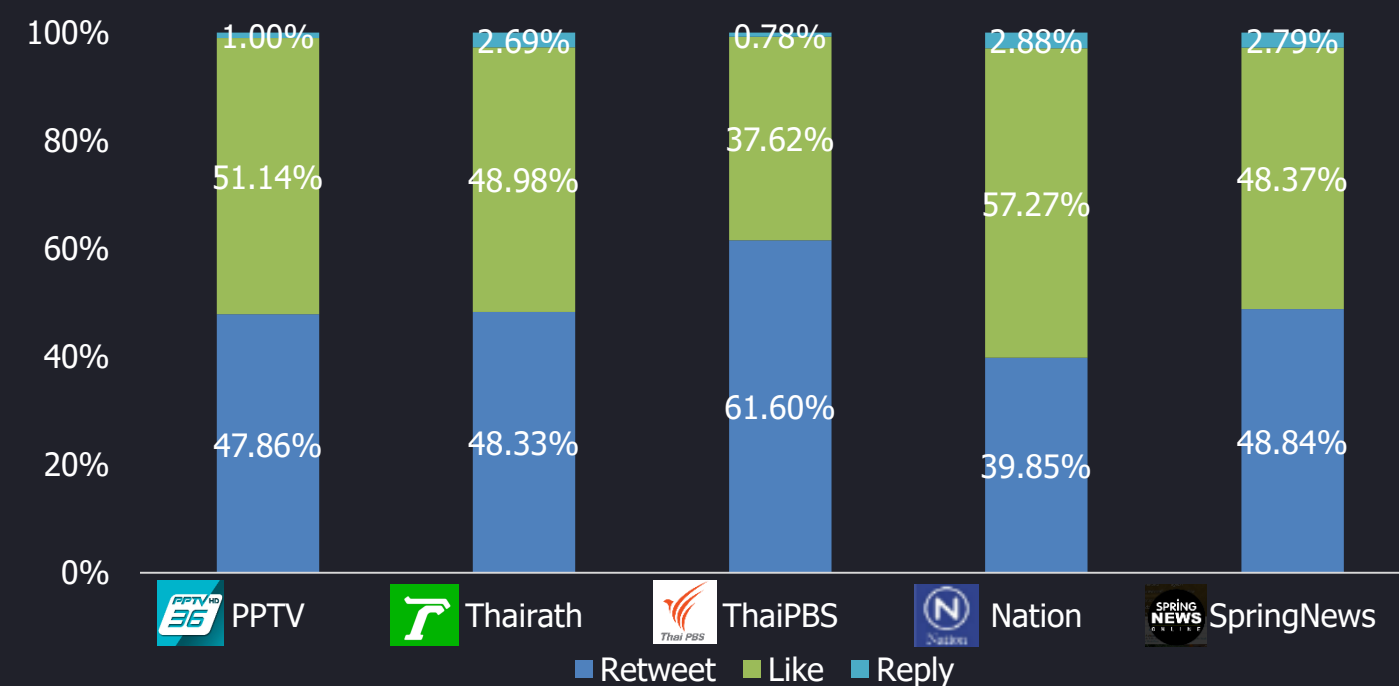


Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละสื่อ

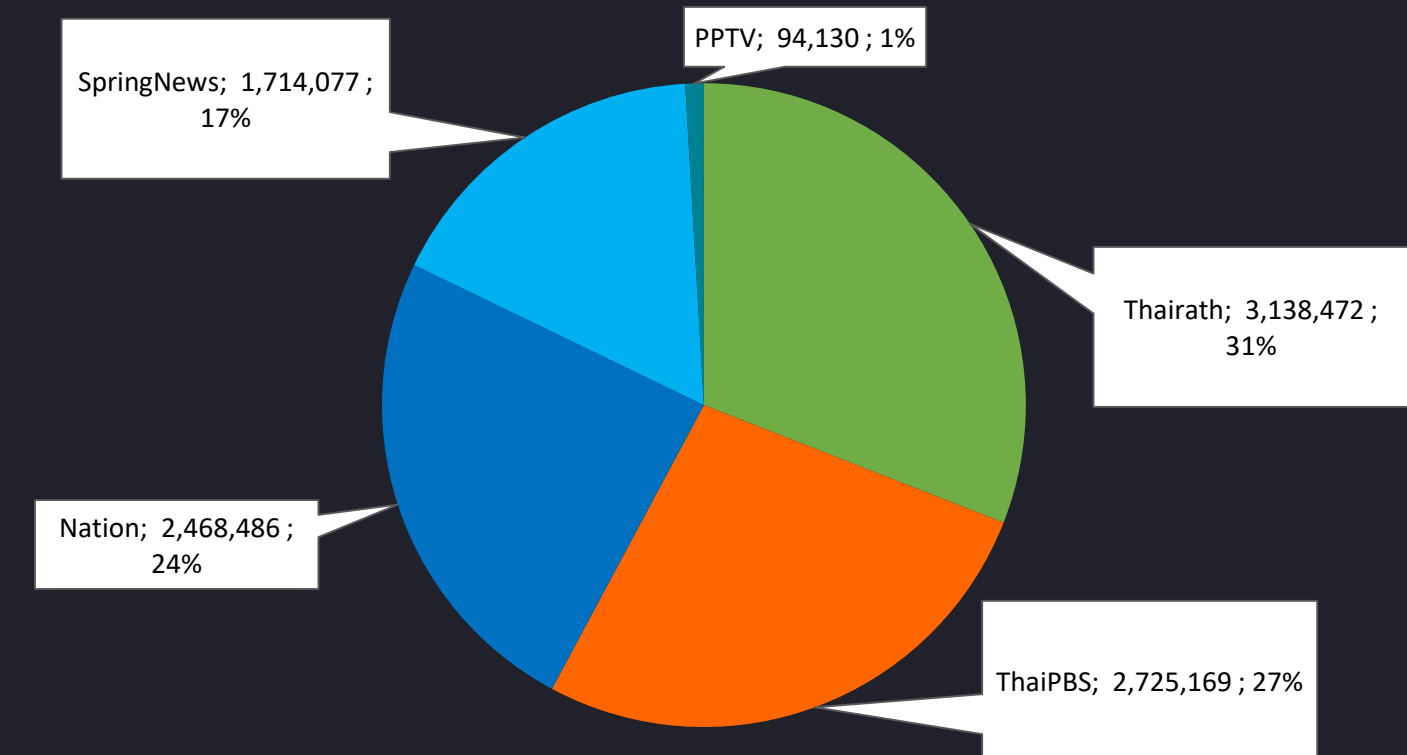
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละสื่อ



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วมในแต่ละสื่อ



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละสื่อ



KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Owntweet เองเป็นหลักเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีการทวิต 189 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก ThaiPBS สูง คือ @ThaiPBSNews (38 tweets), @ThaiPBSSciTech (34 tweets) และ @ThaiPBS_Radio (26 tweets) และในด้านผู้ติดตาม มีจำนวน 2,725,169 followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

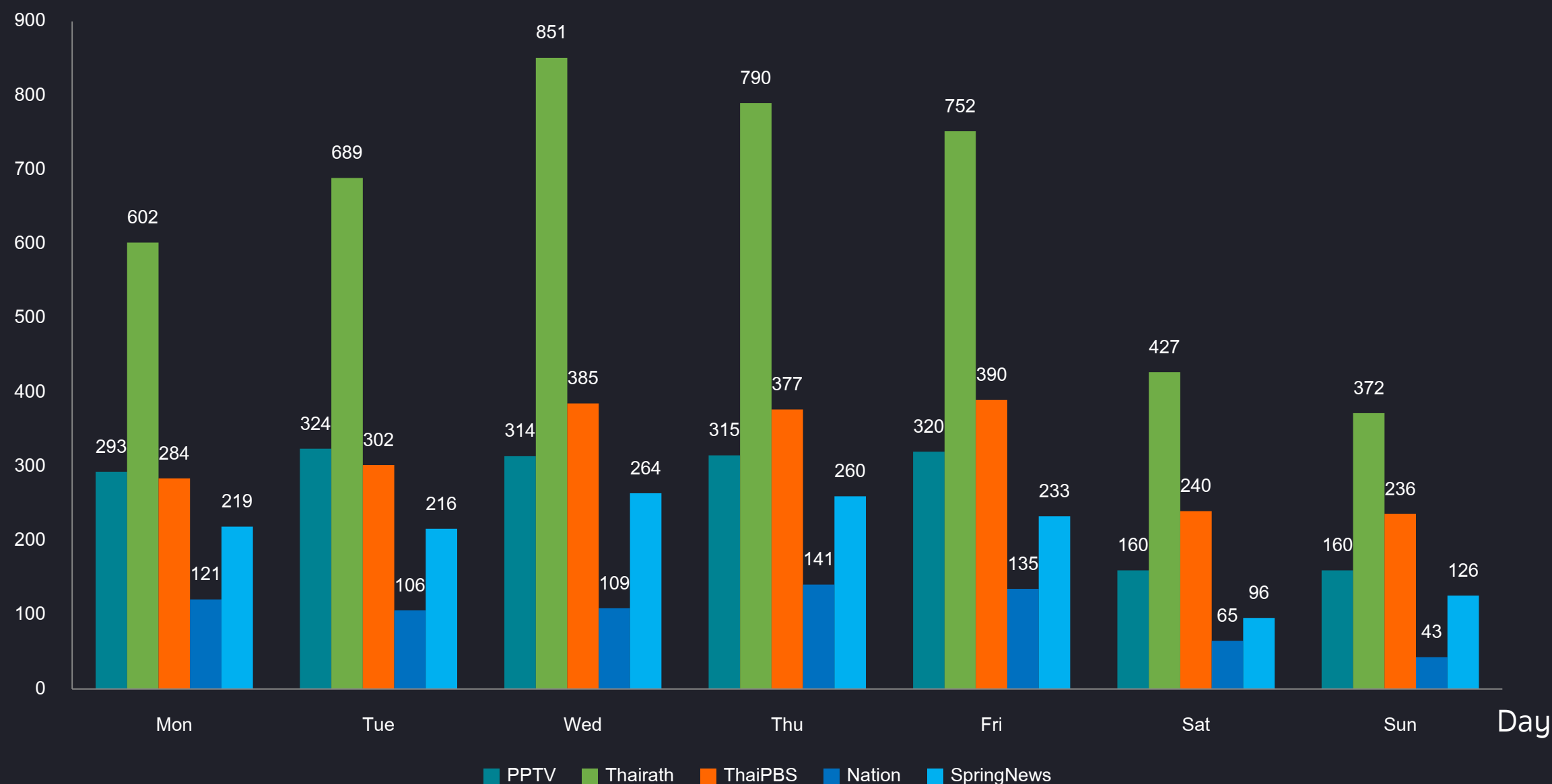
Nation : มีการทวิต 5 tweets จาก @ittipatNationTV (3 tweets), @Wootthinan (1 tweet) และ @PRIME39345881 (1 tweet)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสัปดาห์

KEY FINDING

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณทวีตของ 5 สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

No. of post

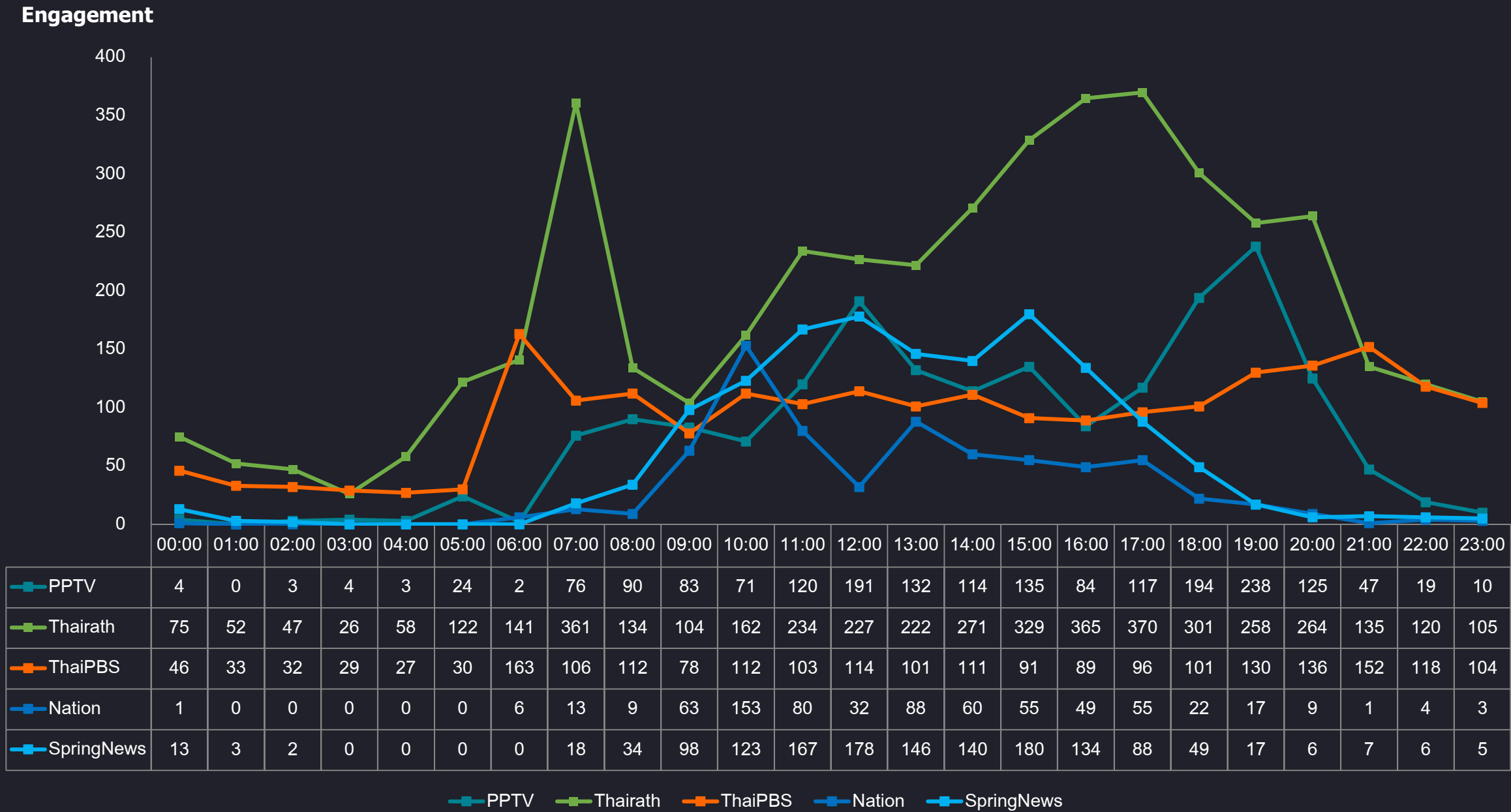


- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูง ในวันจันทร์ - ศุกร์ และมีการทวีตลดลง ในวันเสาร์ - อาทิตย์
- ThaiPBS** มีการทวีตสูงสุดใน วันศุกร์ ซึ่งทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "หลังพบผู้ป่วยเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ จากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน องค์การอนามัยโลกเตือน รพ.ทั่วโลกให้เฝ้าระวัง มาทำความเข้าใจกันว่าโคโรนาไวรัสคืออะไร?" (4,513 engagements)
- Thairath** มีการทวีตสูงสุดใน วันพุธ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ด่วน! อิหร่าน เปิดฉากยิงถล่มฐานทัพอากาศของสหรัฐฯ ในอิรักแล้ว" (4,871 engagements)
- SpringNews** มีการทวีตสูงสุดใน วันพุธ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "สวัสดีปีใหม่ครับ #happynewyear2020" (507 engagements)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสื่อ

KEY FINDING

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 สื่อ (แยกรายชั่วโมง)



- ThaiPBS** มีจำนวนการทวิตสูงสุดช่วง 06.00 น. โดยมาจากทวิต Chitchat สวัสดิ์วันต่าง ๆ (33 tweets, 1,573 engagements)
- Thairath** จำนวนทวิตสูงสุดในช่วงเวลา 17.00 น. โดยข่าวที่ได้ Engagement สูงสุด คือ "อวสานเล็บมือนาง เจ้าของโรงงานบอ ก ทำขายแบบนี้มา 6 ปีแล้ว เชื้อ! สะอาดปลอดภัย เพราะตรวจสุขภาพฟันทุกปี" (14,415 engagements) โดยในช่วง 07.00 น. มีการทวิตสูงเช่นกัน เป็นการทวิต #ข่าวหน้า1 (94 tweets, 4,032 engagements), ดวงประจำวัน (31 tweets, 2,252 engagements) และหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (26 tweets, 526 engagements)

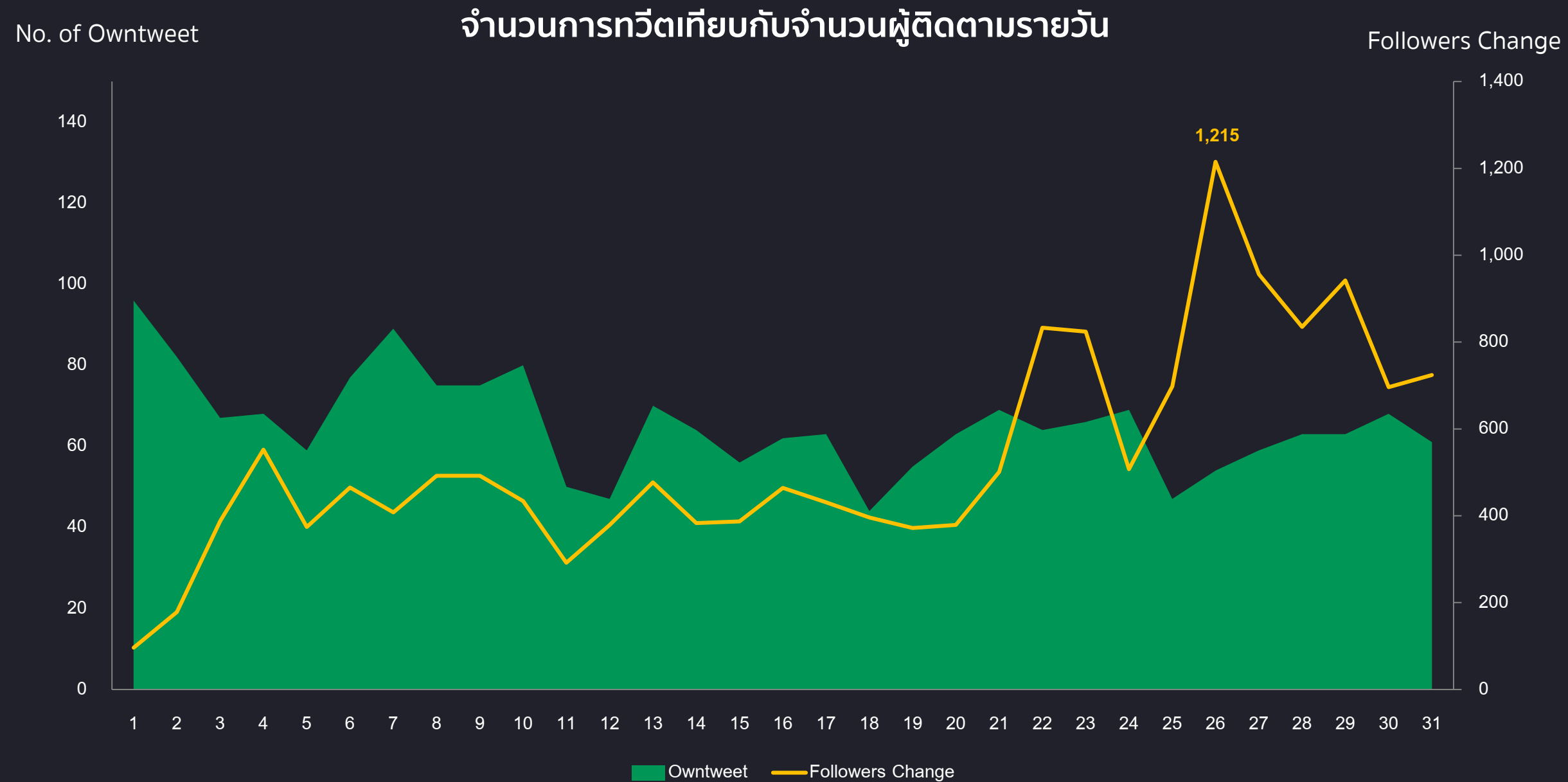
ข่าวหน้า 1

ดวงประจำวัน

หน้า 1 นสพ. ไทยรัฐ

จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

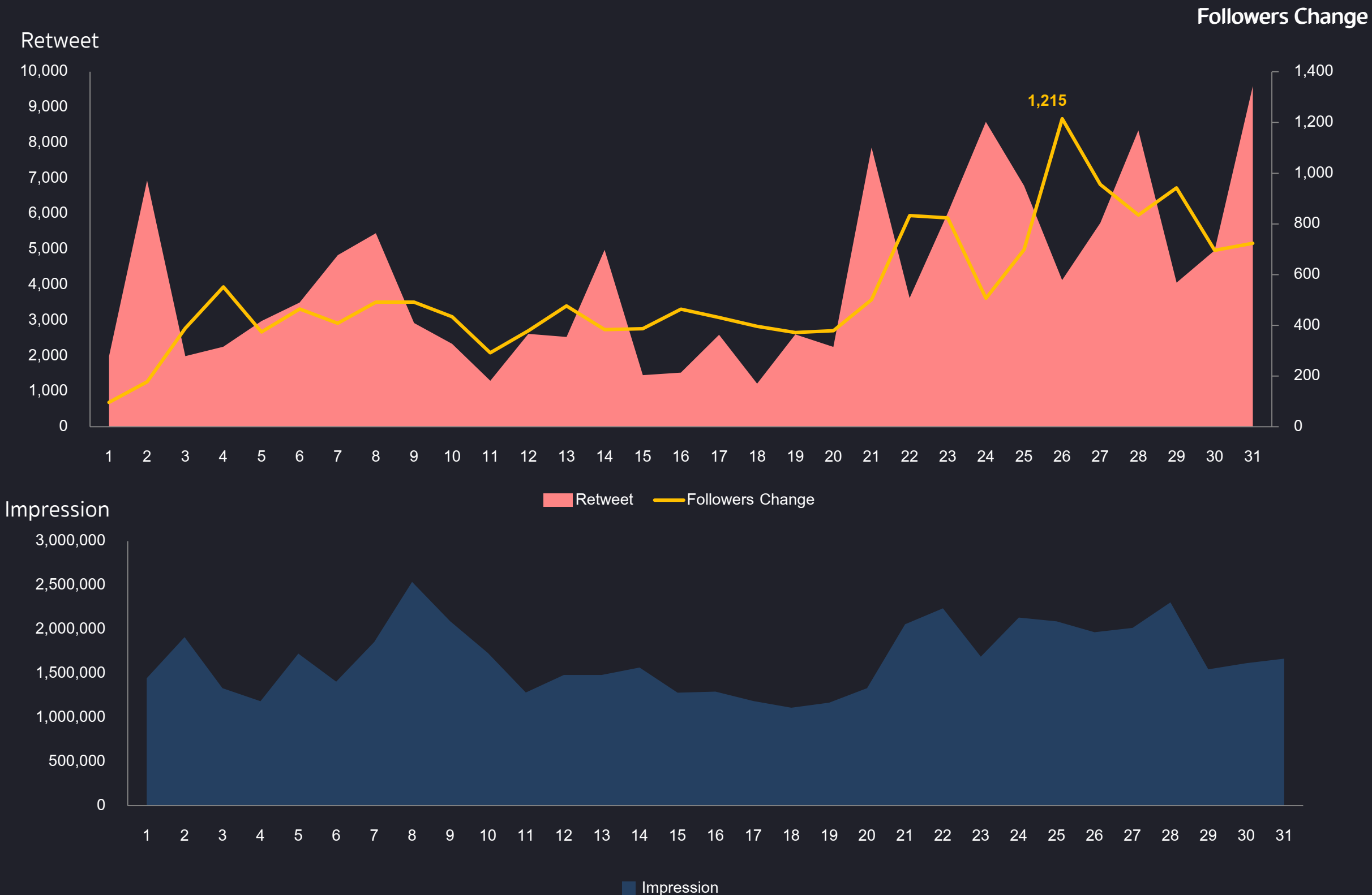
KEY FINDING



- ช่วงวันที่ 26 ม.ค. จำนวน Follower เพิ่มสูงสุด โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ “จำนวนผู้ป่วยจากเชื้อไวรัสโคโรนา รวม 1,975 ราย อาการวิกฤต 324 ราย ส่วนจำนวนผู้เสียชีวิตรวมอยู่ที่ 56 ราย โดยเขตปกครองตนเองทิเบต นับเป็นภูมิภาคเพียงแห่งเดียวของจีนที่ยังไม่มีรายงานผู้ป่วย (ข้อมูลถึง 25ม.ค.63) (ข้อมูลจาก : xinhuthai)” (993 engagements)
- จำนวนการทวิตตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 65 tweets : day

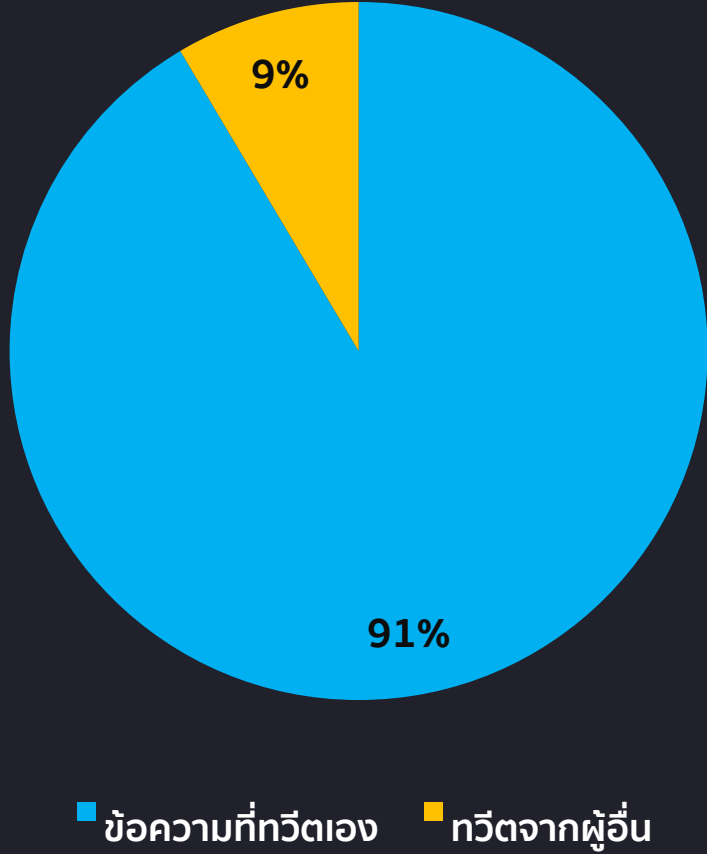
จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impression

KEY FINDING



- ช่วงวันที่ 31 ม.ค. จำนวนรีทวีตสูงสุด จากข่าว "สรุป แฉลงการณ์ขององค์การอนามัยโลก (WHO) ทำไมต้องประกาศให้ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่2019-nCoV เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ?" (3,411 RTs)
- ช่วงวันที่ 8 ม.ค. ได้รับ Impression สูงสุด จำนวน 2,538,382 มาจากทวิต "สถานการณ์คุณภาพอากาศในพื้นที่บริเวณถนนพหลโยธิน แขวง ม.เกษตรศาสตร์ เข้านี้ (8 ม.ค. 63) เวลา 07.00 น. อยู่ในระดับคุณภาพเกินมาตรฐานเริ่มมีผลกระทบต่อสุขภาพ ตรวจพบ #ฝุ่นPM25 ค่าระหว่าง 51 ไมโครกรัม/ลูกบาศก์เมตร แนะนำงดกิจกรรมกลางแจ้ง" (Impression = 142,695) โดยทวิตที่ได้ Impression สูงสุดของเดือน คือ "#มุนคาเฟชั่นต้า แชนแท็กที่กำลังมาแรง เพราะข้อความที่เจ้าของร้านและเพื่อน ๆ กล่าวถึงศิลปินเกาหลีสัญชาติไทย #Lisa วง #Blackpink ในเชิงคุกคาม ล่วงเกิน หรือ การ #SexualHarassment" (Impression = 486,517)

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น (ผู้สื่อข่าว, ทวิตเตอร์รายการ)



5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละสื่อ



8,498
engagements
(3 Jan)



12,823
engagements
(4 Jan)



3,321
engagements
(16 Jan)

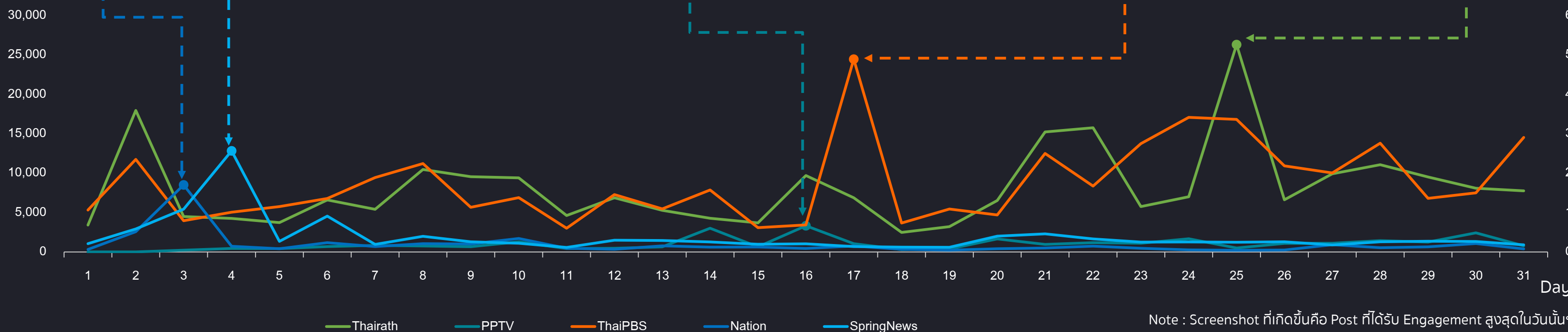


24,444
engagements
(17 Jan)



52,574
engagements
(25 Jan)

Engagement



Engagement
(Thairath)

Day

Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้นๆ

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของIIบรรณดองค์กร

1



5,289 RTs

2



3,410 RTs

3



3,102 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



13,279 RTs

2



4,169 RTs

3



2,014 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



402.5K Views

2



60.7K Views

3



48.5K Views



3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

486,517



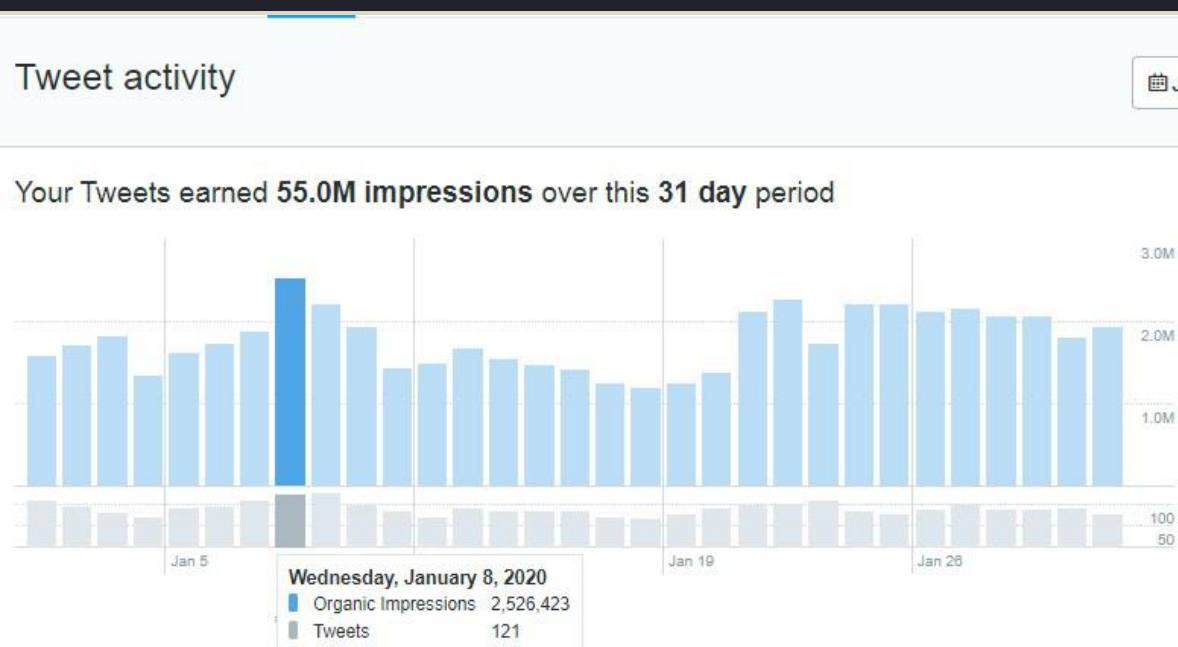
2

351,047



3

245,394



<< ภาพรวมเดือน ม.ค. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 55 ล้านครั้ง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนถึง 11.8 ล้านครั้ง โดยสูงสุดวันที่ 8 ม.ค. ถูกมองเห็น จำนวน 2.53 ล้านครั้งจาก 121 ทวิต มาจากทวิต “สถานการณ์คุณภาพอากาศในพื้นที่บริเวณถนนพหลโยธิน แยก ม.เกษตรศาสตร์ เข้านี้ (8 ม.ค. 63) เวลา 07.00 น. อยู่ในระดับคุณภาพเกินมาตรฐานเริ่มมีผลกระทบต่อสุขภาพ ตรวจพบ #ฝุ่นPM25 ค่าระหว่าง 51 ไมโครกรัม/ลูกบาศก์เมตร แนะนำงดกิจกรรมกลางแจ้ง” (Impression = 142,695)

3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่มีการคลิก URL ใน Tweet (URL Clicks) มากที่สุด

1



238 clicks

2



137 clicks

3



121 clicks

3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่มีการคลิก URL ใน Tweet (URL Clicks) น้อยที่สุด

1

ThaiPBS @ThaiPBS

[Live] 09.00 น. รายการพิเศษ #จับตางบประมาณ63 (10 ม.ค. 63) ติดตามการอภิปรายร่าง พ.ร.บ.งบประมาณประจำปี 2563 ของสภาผู้แทนราษฎรที่มาจากการเลือกตั้ง วงเงิน 3.2 ล้านล้านบาท

- YouTube Live : youtu.be/drMU3P68wsE #ThaiPBS #อภิปรายงบ63 #ประชุมสภา

Translate Tweet

[Live] 09.00 น. รายการพิเศษ #จับตางบประมาณ63 (10 ม.ค. 63) ...ติดตามการอภิปรายร่าง พ.ร.บ.งบประมาณประจำปี 2563 ของสภาผู้...
youtube.com

9:04 AM · Jan 10, 2020 · TweetDeck

1 clicks

2

ThaiPBS @ThaiPBS

[Live] Parade and oath taking by soldiers and police officers on the occasion of His Majesty the King's coronation and Thai Armed Forces Day

- Website : thaipbs.or.th/Live (TH/EN)
- YouTube Live
- EN :

[Live] Parade and oath taking by soldiers and police officers o...
[Live] Parade and oath taking by soldiers and police officers on the occasion of His Majesty the King's coronation and Thai ...
youtube.com

4:16 PM · Jan 18, 2020 · TweetDeck

2 clicks

3

ThaiPBS @ThaiPBS

ทำยังไงให้ไม่มีหนี้ ?

[Live] 08.00 น. #ล้อมวงข่าว (6 ม.ค. 63) เกาะติดประเด็นข่าวเด่น พุดคุยแบบเป็นกันเอง

- สร้างถนนไม่เสร็จเป็นเหตุให้ ดร.อุกรกชนเสียชีวิต
- วิกฤตไฟฟ้าในออสเตรเลียยังน่าวิตก

YouTube Live : youtu.be/fTpgUdXz0GI #ThaiPBS

Translate Tweet

ไม่สร้างหนี้เพิ่ม	68.5%
ออมเงิน	11.2%
ซื้อกองทุน	6.7%
หารายได้เพิ่ม	13.5%

89 votes · Final results

8:11 AM · Jan 6, 2020 · Twitter Web App

2 clicks

3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มี การมีส่วนร่วม (Engagement) มากที่สุด

1



8,220 engagements

2



4,510 engagements

3



4,498 engagements

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



14,418 RTs



13,098 RTs



12,483 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรินด์องค์กรและพลข.)



2,236 RTs



2,026 RTs



1,608 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



8,705 RTs



2,067 RTs



1,956 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ PPTV HD 36 (แบรนด์องค์กรและพลข.)



2,185 RTs

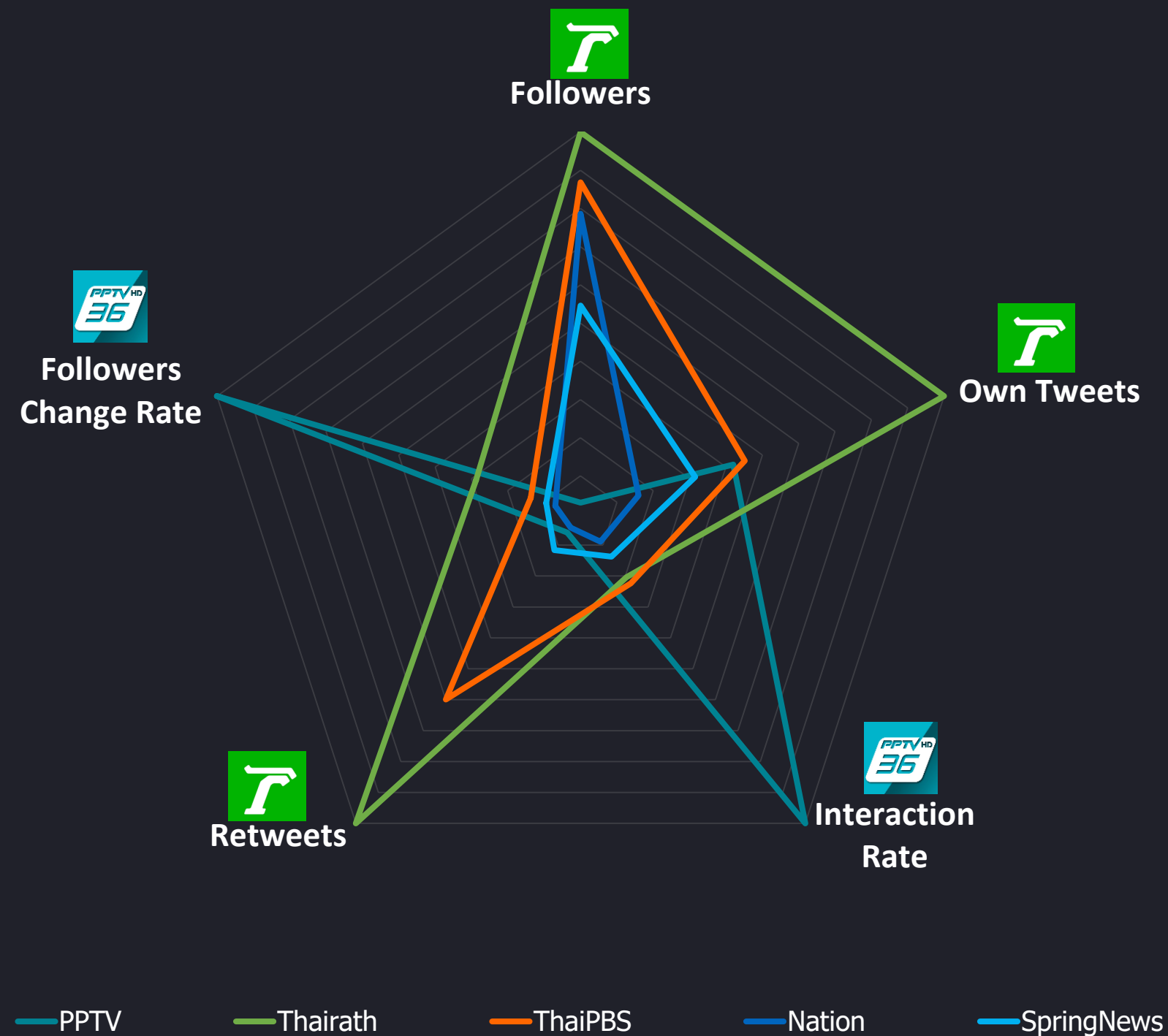


724 RTs



719 RTs

ประสิทธิภาพของสื่อในแต่ละด้าน



Interaction rate : ประสิทธิภาพของการทวิต
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลง
 ของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower: จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
Own tweet : จำนวนทวิตทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

Strength

Follower : 2,725,169

Own Tweet : 2,214

Retweets : 147,970



Weakness

Interaction Rate: 22.37%

Fans Change Rate : 6.94%



Key Finding

ในด้านการรีทวีต จะพบว่า ThaiPBS มีจำนวน
 ทวิตที่ใกล้เคียงกับ PPTV แต่ได้รับการรีทวีต
 สูงกว่ามาก

โดยสื่อ PPTV ถือว่ามีประสิทธิภาพของทวิต
 สูงสุด และการเพิ่มขึ้นของ Follower



ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับสื่อมากที่สุดของเดือน

1



1,101 Mentions

@littlemy_Yu

https://twitter.com/littlemy_Yu

2



354 Mentions

@bowybowi

<https://https://twitter.com/bowybowi>

3



300 Mentions

@ka_mung

https://twitter.com/ka_mung

4



292 Mentions

@teukyu1003

<https://twitter.com/teukyu1003>

5



270 Mentions

@Tinny71Tinny

<https://twitter.com/Tinny71Tinny>