

New Media Statistics

March 1-31, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

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



METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-31 MAR 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

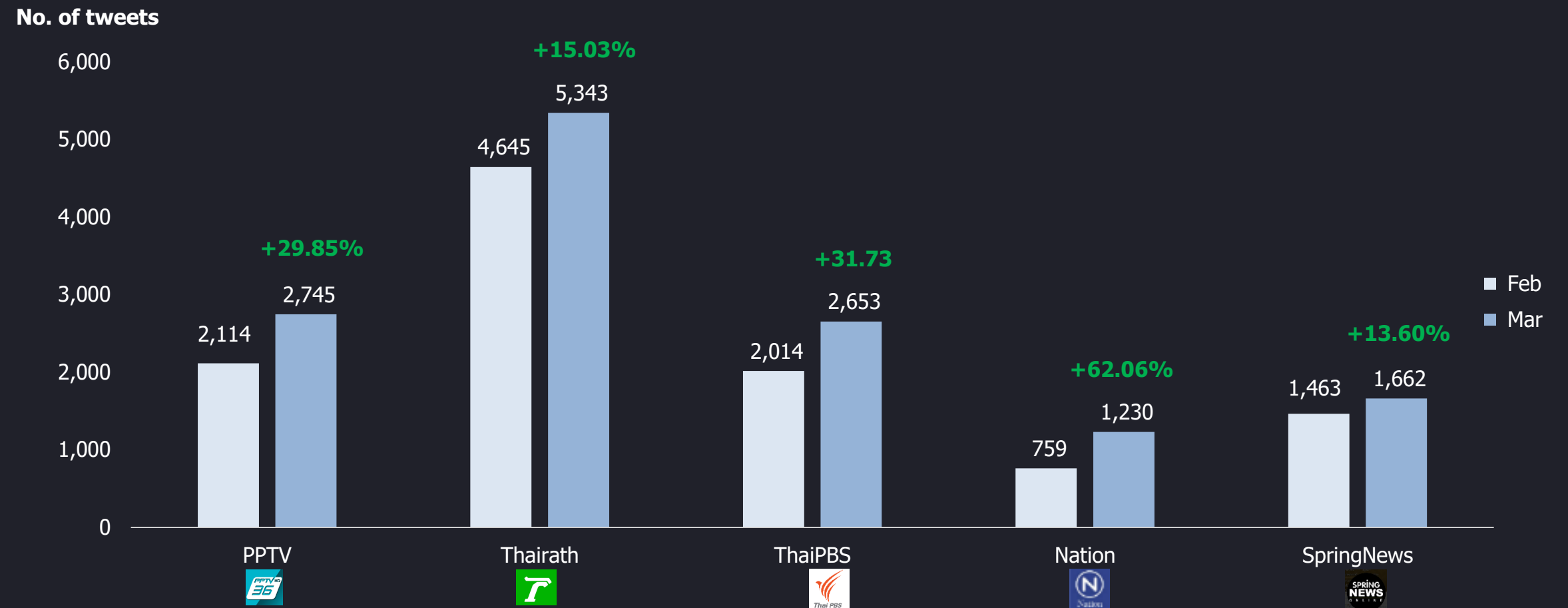
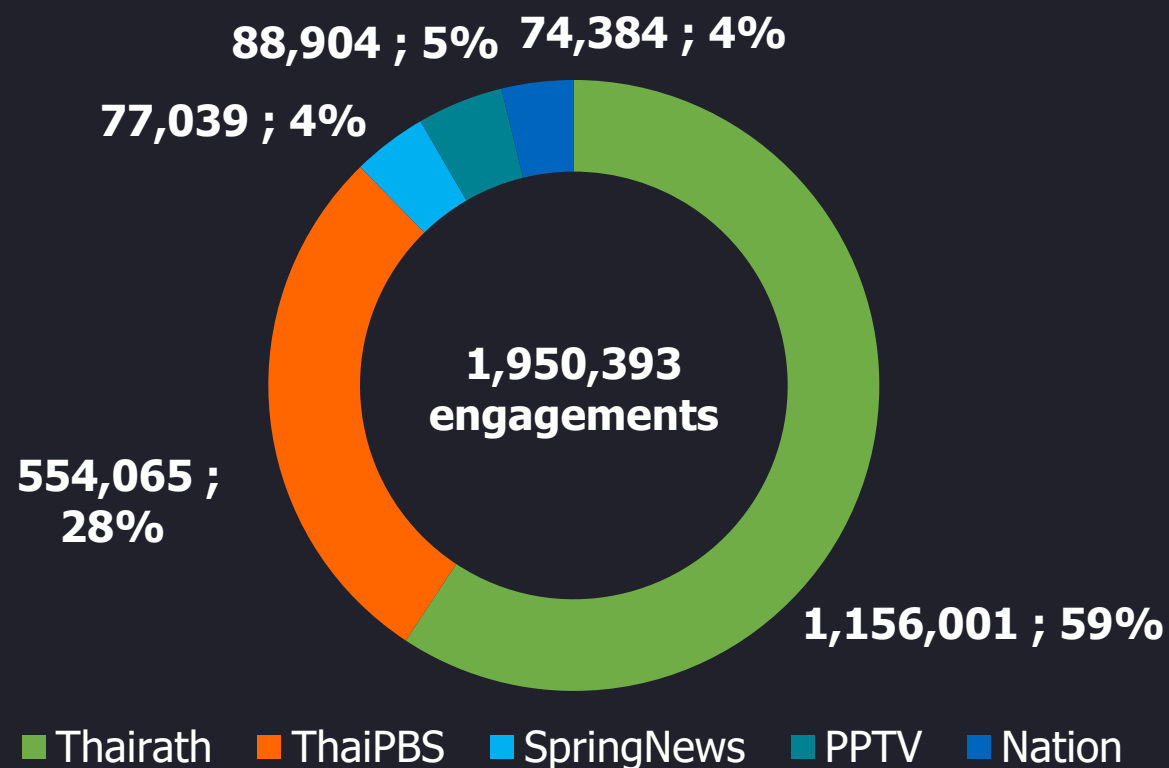
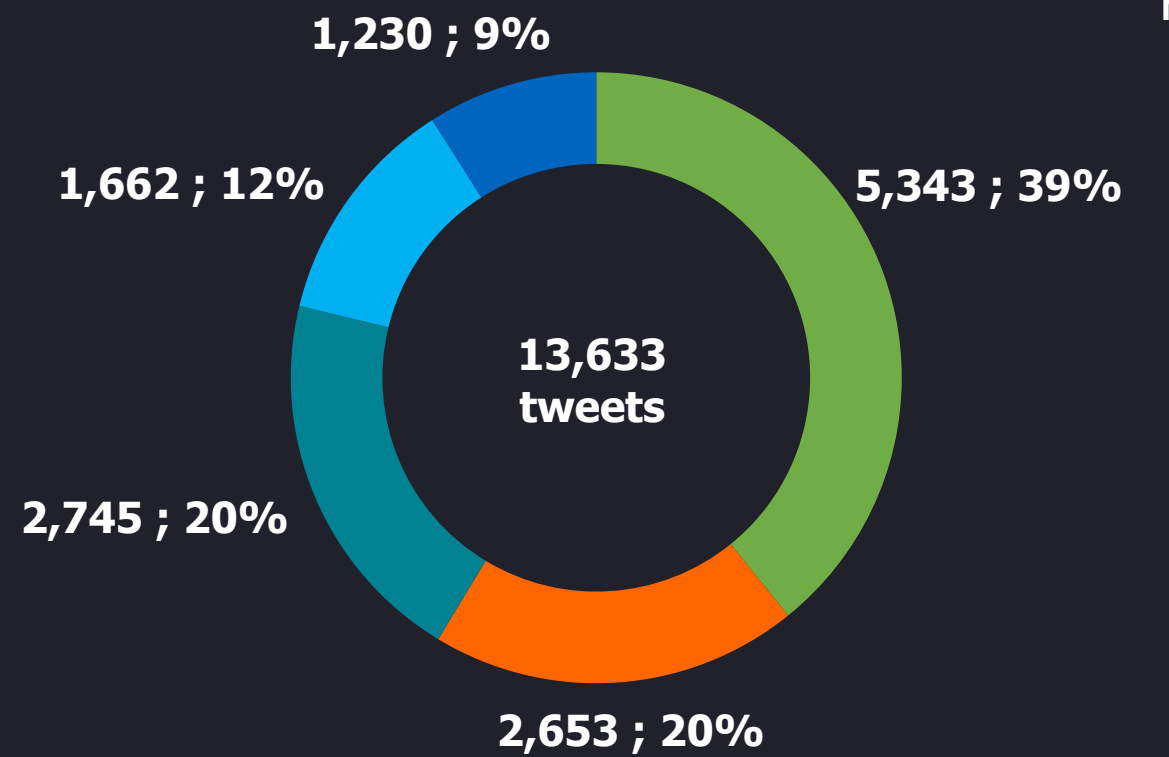
สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 31 มี.ค. : **2,835,027 Followers** (+ 59,780)

■ มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS
■ มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

NO.	USERNAME			Mar 20	Feb 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	3,299,680	3,190,544	+3.42
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,835,027	2,775,247	+2.15
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,495,705	2,478,556	+0.69
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,741,362	1,723,721	+1.02
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,471,671	1,461,486	+0.70
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	861,425	861,362	+0.01
7		Knewsonline	กรุงเทพธุรกิจ	761,894	750,485	+1.52
8		MatichonOnline	มติชน	798,272	738,959	+8.03
9		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	737,936	703,097	+4.96
10		FM100.5	FM100.5	437,043	433,733	+0.76
11		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	454,328	438,007	+3.73
12		MCOT_Digital	MCOT	350,255	344,151	+1.77

NO.	USERNAME			Mar 20	Feb 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	327,088	309,187	+5.79
14		TNNThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	273,363	264,250	+3.45
15		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	239,438	234,824	+1.96
16		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	296,466	258,648	+14.62
17		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	232,114	212,955	+9.00
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	206,494	190,054	+8.65
19		OneHDThailand	วันชาแนล	191,686	181,645	+5.53
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	126,739	110,754	+14.43
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	106,497	99,147	+7.41
22		ThaiCH8	ช่อง 8	50,647	50,072	+1.15
23		ThaiTv5	ททบ.5	22,310	22,321	-0.05
24		mono_group	โมโน	404	405	-0.25

ภาพรวมการทวิตในแต่ละสื่อ

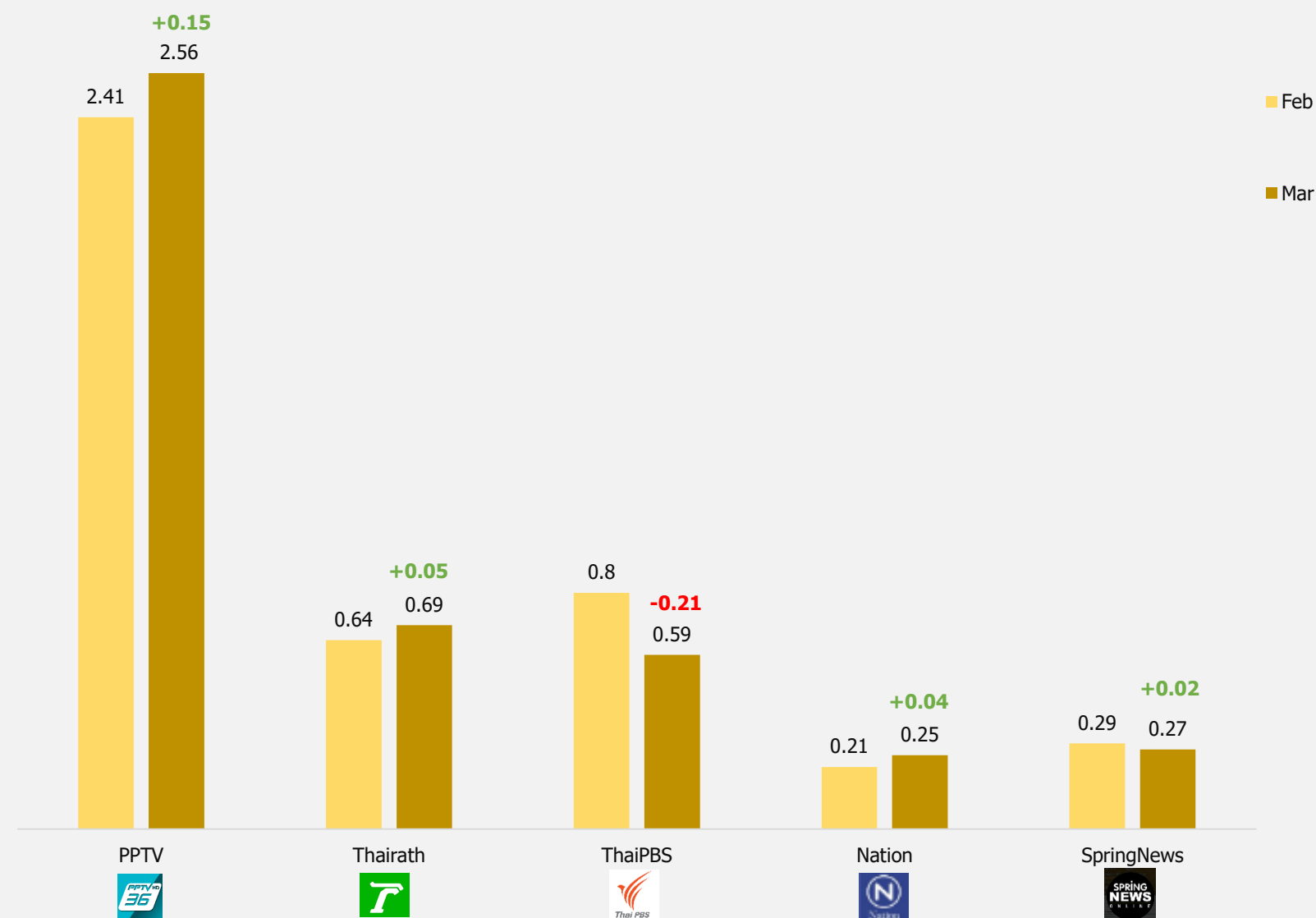


KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีการทวิต 2,653 ทวิต (554,065 engagements) เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 639 ทวิต คิดเป็น 31.73% แบ่งเป็นการรีทวิตจากผู้สื่อข่าว/รายการ 168 ทวิต (153,082 engagements)
- **Thairath** : มีการทวิต 5,343 ทวิต (1,156,001 engagements) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 698 ทวิต คิดเป็น 15.03% โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 26 มี.ค. ซึ่งข่าวที่มีการทวิตค่อนข้างเยอะ คือข่าวเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อ และเสียชีวิตจาก COVID-19 ในประเทศไทย และต่างประเทศ อีกทั้งยังมาจากข่าวการประกาศพรก.ฉุกเฉิน ทำให้ประชาชนออกมาก็กดุนอาหาร

ประสิทธิภาพทวิตในแต่ละสื่อ

ประสิทธิภาพของทวิตแต่ละสื่อ



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

KEY FINDING

ThaiPBS : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.21 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "WHO ระบุว่าผู้ติดเชื้อโควิด-19 มากกว่า 70% จากทั้งหมด 80,000 คนในจีนได้รับการรักษาจนหายดี ถูกปล่อยตัวออกจาก รพ.แล้ว พร้อมเรียกร้องให้ทุกประเทศใช้กลยุทธ์แบบผสานรอบด้าน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดและยุติการระบาดของไวรัส" (12,879 engagements)

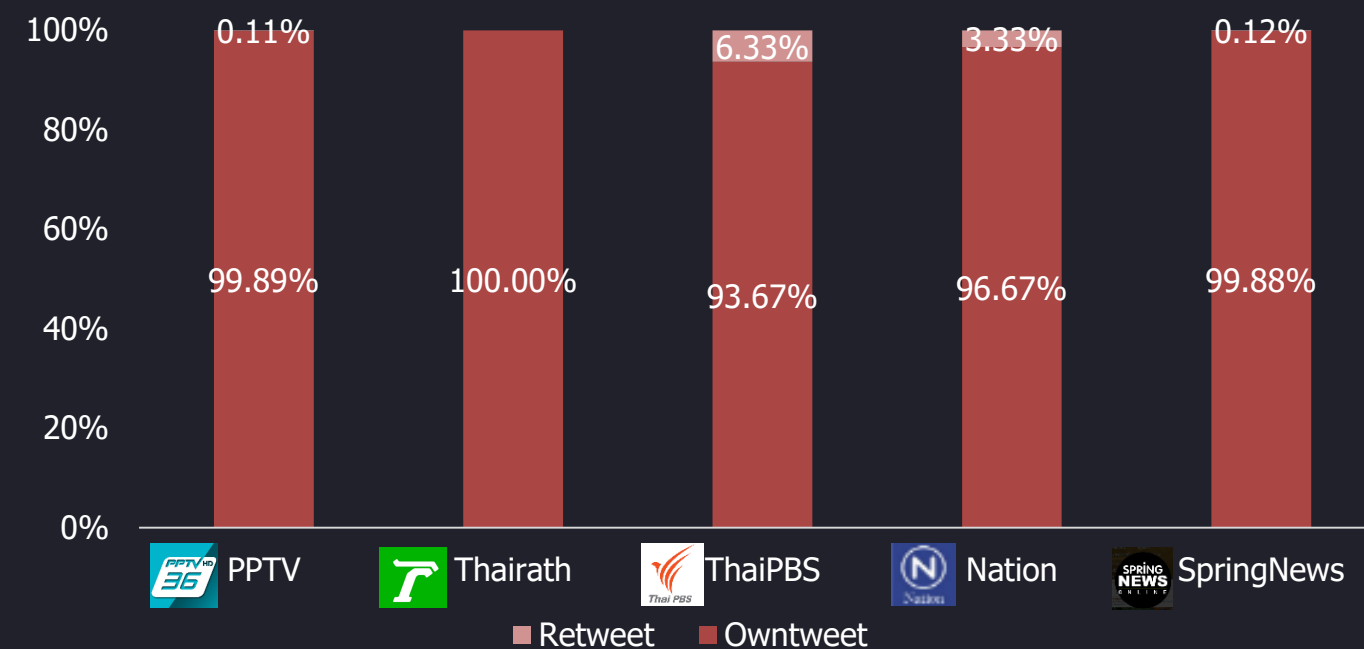
PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 0.15 โดยได้ Engagement สูง จากการทวิตข่าวบันเทิง โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ติดตามบทสัมภาษณ์หนุ่ม "ไบรท์" ได้เร็ว ๆ นี้ แอบกระซิบนี้ด..ด ดีดีสุดๆไปเลยจ้า!!" (4,674 engagements)

Thairath : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 0.05 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ด่วน! ลิเดีย ประกาศผ่านไอจี ว่าตัวเองติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งผลตรวจออกมาว่าเป็นบวก หลังจากที "แมทธิว ดิน" สามีประกาศว่าติดเชื้อไปก่อนหน้านี้" (41,602 engagements)

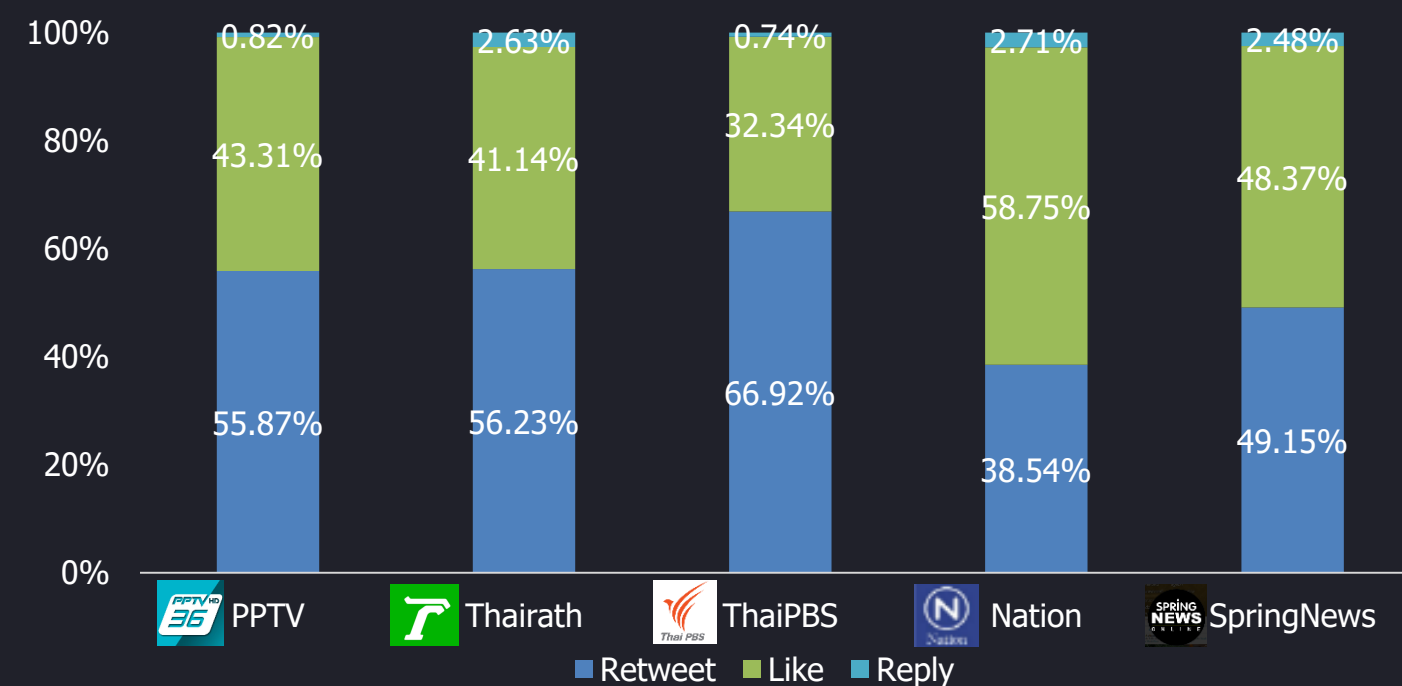


Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละสื่อ

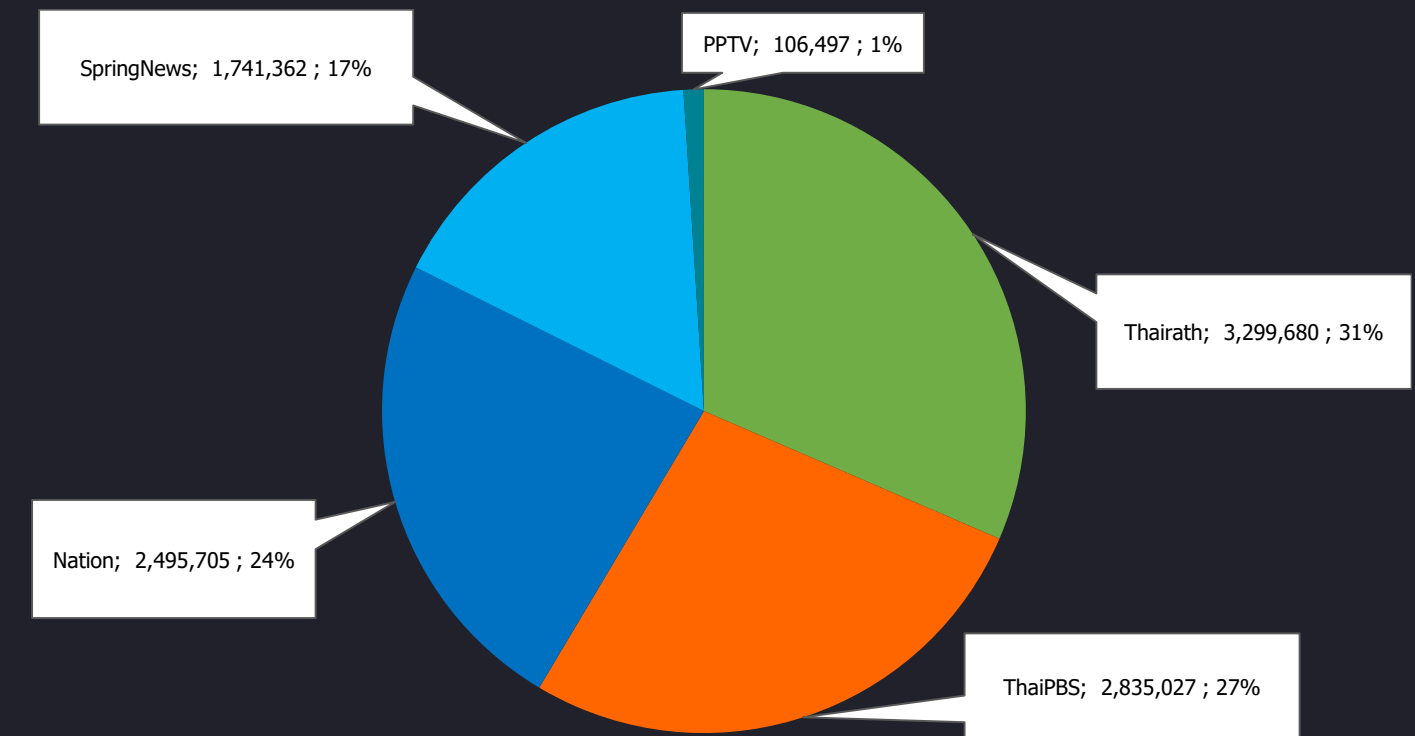
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละสื่อ



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วมในแต่ละสื่อ



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละสื่อ



KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Own Tweet เองเป็นหลักเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีการทวิต 168 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก ThaiPBS สูงสุด คือ @ThaiPBSSciTech (39 tweets) และ @ThaiPBSPodcast (29 tweets) และในด้านผู้ติดตาม มีจำนวน 2,835,027 followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

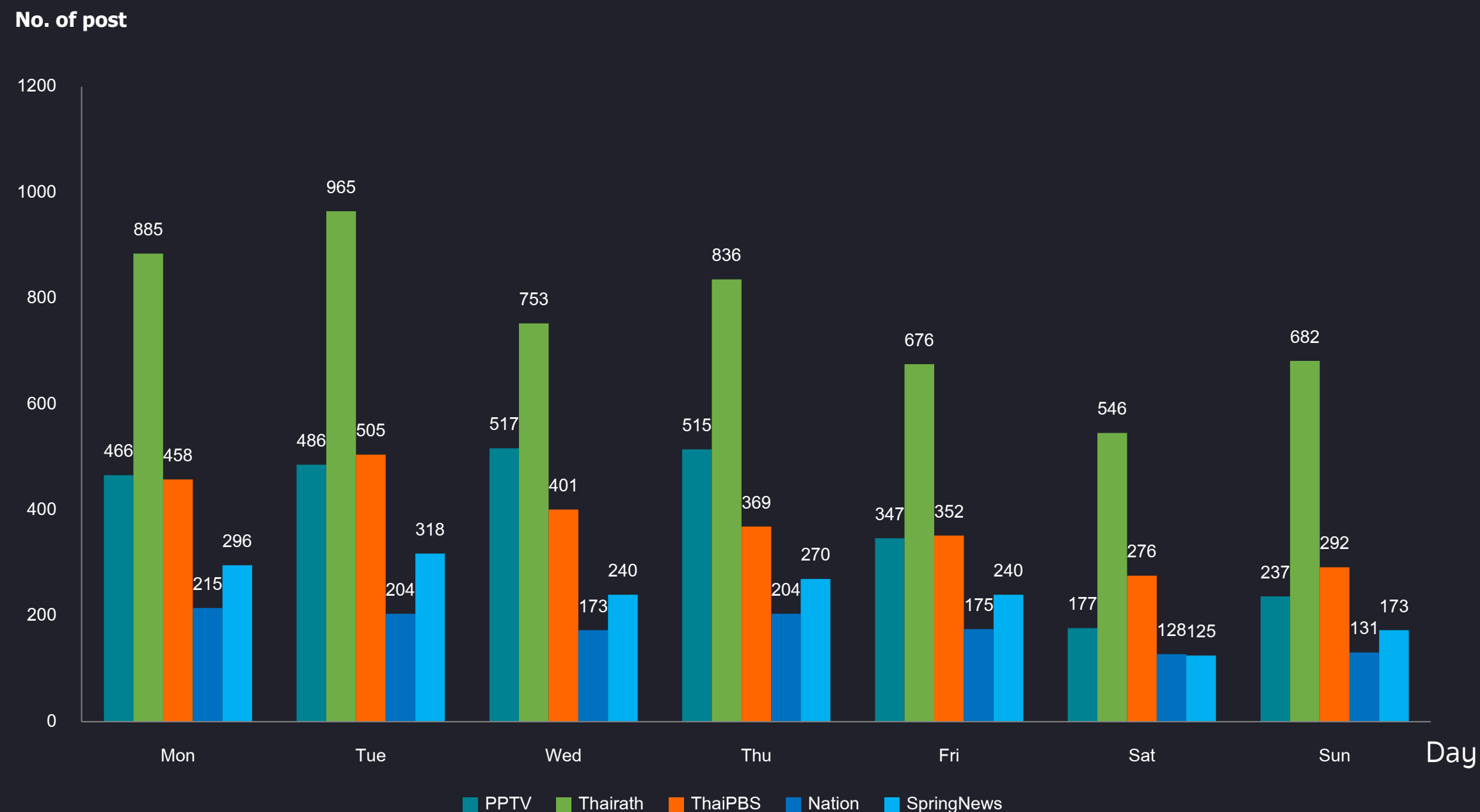
Thairath : ไม่พบการทวิตจาก Account อื่น และมีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุด

Nation : มีการทวิต 41 tweet โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก Nation สูงสุด คือ @vipaporn_NTV (37 tweets) โดยมาจากข่าว "บางจากฯ เปิดขาย #หน้ากากอนามัย ผ่านร้านกาแฟอินทนิล ที่ตั้งอยู่ในและนอกปั้มบางจากในเขต กทม. และปริมณฑลตั้งแต่ 19 มี.ค.นี้" (62 retweets 48 likes)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสัปดาห์

KEY FINDING

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณทวีตของ 5 สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

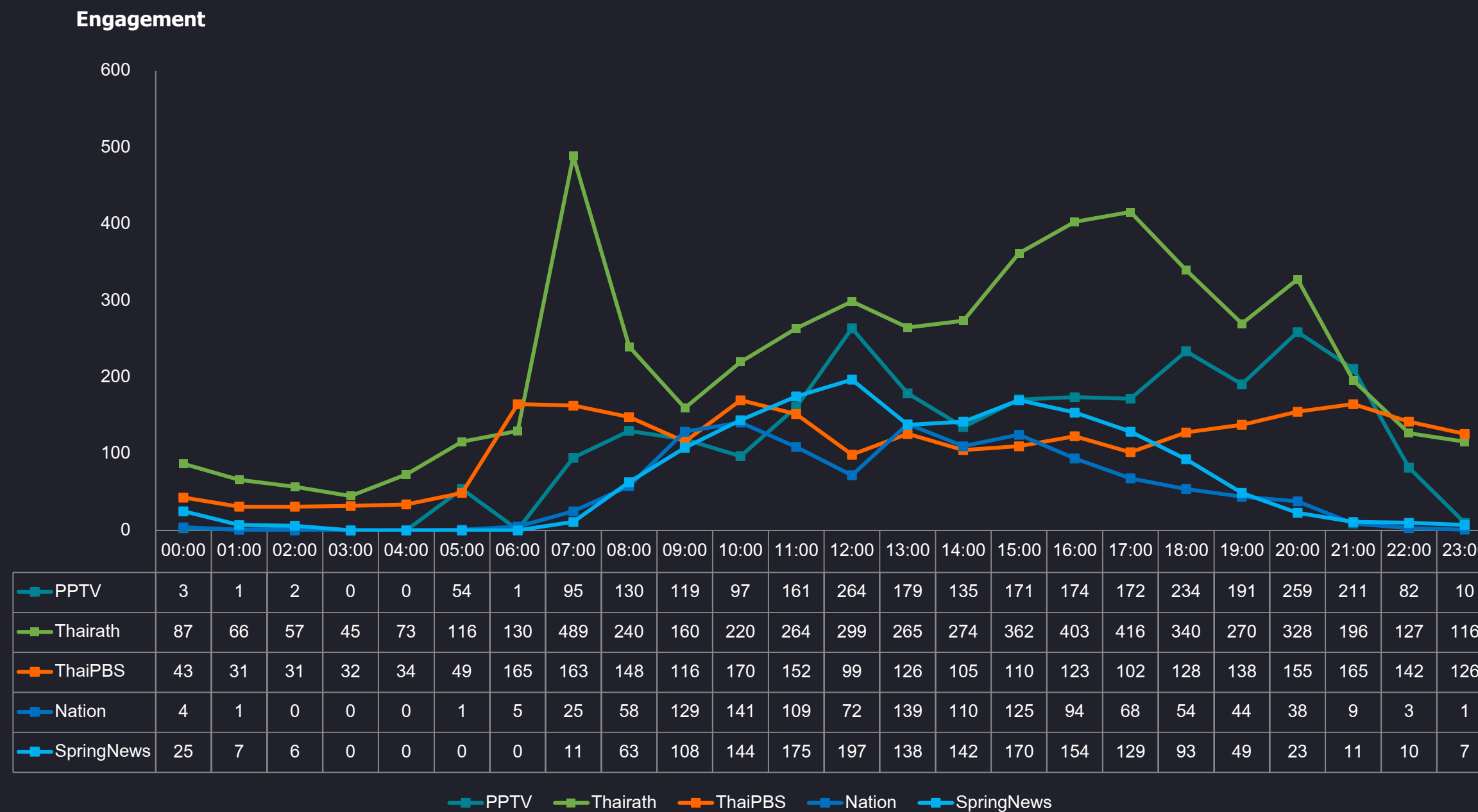


- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูง ในวันจันทร์ - พฤหัสบดี และมีการทวีตลดลง ในวันศุกร์ - อาทิตย์
- ThaiPBS :** มีการทวีตสูงสุดในวันอังคาร ซึ่งทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "WHO ระบุว่าผู้ติดเชื้อโควิด-19 มากกว่า 70% จากทั้งหมด 80,000 คน ในจีน ได้รับการรักษาจนหายดี ถูกปล่อยตัวออกจาก รพ. แล้ว พร้อมเรียกร้องให้ทุกประเทศ ใช้กลยุทธ์แบบ ผสานรอบด้าน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดและยุติการระบาดของไวรัส" (12,879 engagements)
- Thairath :** มีการทวีตสูงสุดในวันอังคาร โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ด่วน! ไทยมีผู้เสียชีวิตจาก #โควิด19 เพิ่มเป็นรายที่ 2 เป็นชายไทย อายุ 70 ปี รักษาตัวนาน 50 วัน ก่อนจะเสียชีวิตที่สถาบันบำราศนราดูร เมื่อเวลา 18.10 น." (22,339 engagements)
- PPTV :** มีการทวีตสูงสุดในวันพุธ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ติดตามบทสัมภาษณ์หนุ่ม "โบรท" ได้เร็ว ๆ นี้ แอบกระซิบนี้..ดด ดีดีสุด ๆ ไปเลยจ้า!!" (4,674 engagements)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสื่อ

KEY FINDING

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

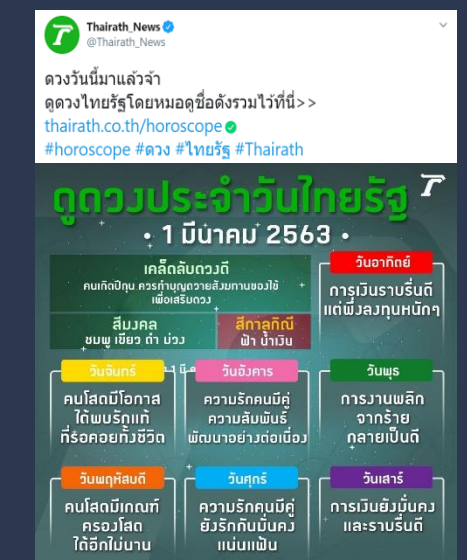


- ThaiPBS** : มีจำนวนการทวิตสูงสุดช่วง 10.00 น. โดยมาจากทวิตการ Live จัปตาสถานการณ์ (23 tweets, 750 engagements) และทวิตจากรายการวันใหม่วาไรตี้ (17 tweets, 1,242 engagements)
- Thairath** : จำนวนทวิตสูงสุดในช่วงเวลา 07.00 น. โดยชาวที่ได้ Engagement สูงสุด คือ "ชาวเน็ตสุดอึ้ง หลังหม่อมโปธิ์ดำ อ้างพบคนกักตุนหน้ากากอนามัยแล้ว คาดเป็นผู้ติดตามใกล้ชิดกรมต." (5,971 engagements) และในช่วง 07.00 น. มีการทวิตข่าวหน้า 1 (153 tweets, 11,413 engagements) และดวงประจำวัน (31 tweets, 1,983 engagements)

ข่าวหน้า 1

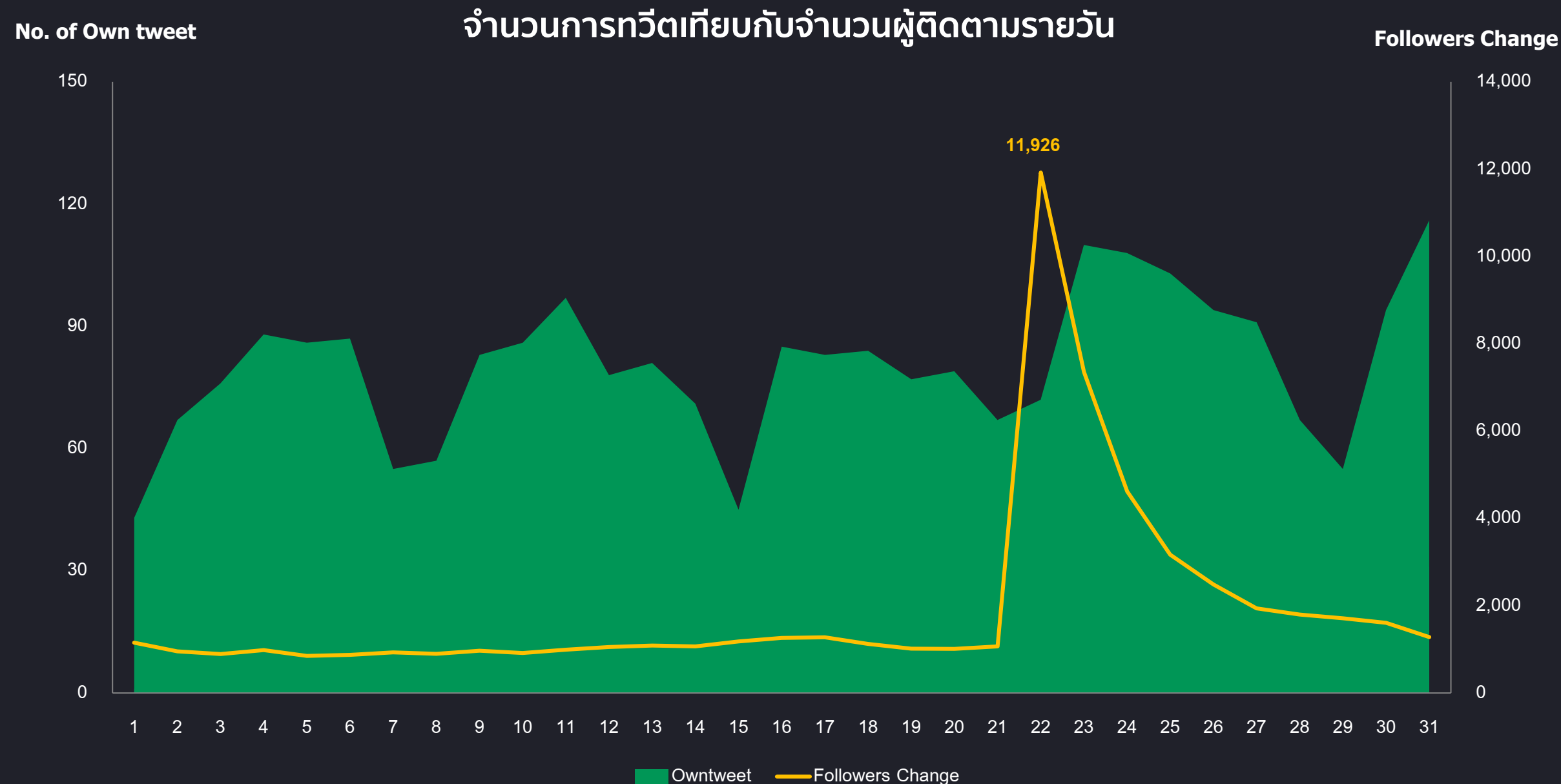


ดวงประจำวัน



จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

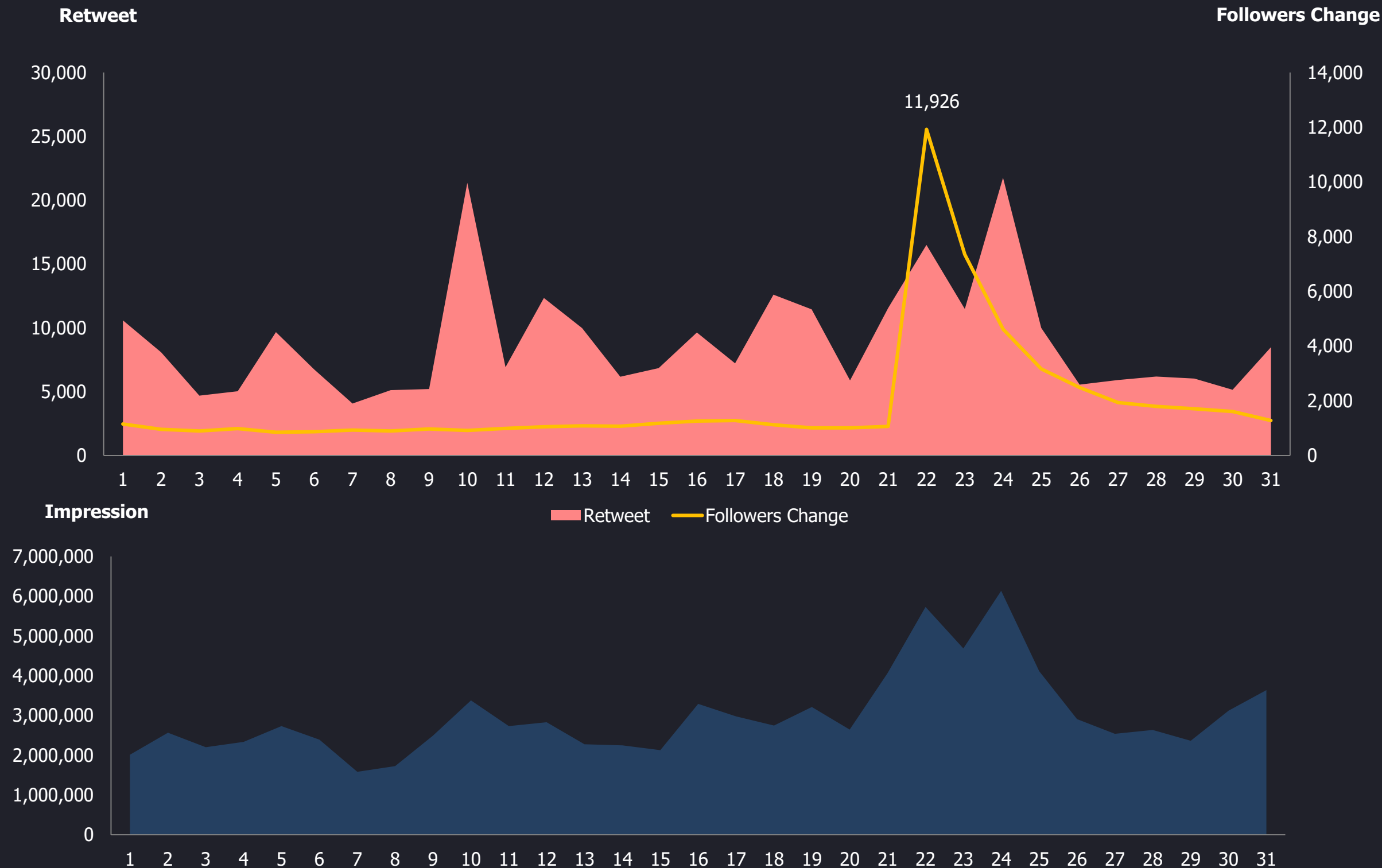
KEY FINDING



- ช่วงวันที่ 22 มี.ค. จำนวน Follower เพิ่มสูงสุดถึง 11,926 followers โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ที่หมอชิต มีแรงงานจากประเทศลาวหลายร้อยคน หลังไหลกลับบ้านให้ทันด่านปิดเย็นนี้ เหตุผลเพราะไม่มีงาน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากมาตรการคุมเข้มปิดสถานบริการในกทม." (4,218 engagements)
- จำนวน Own Tweet ตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 80 tweets : day

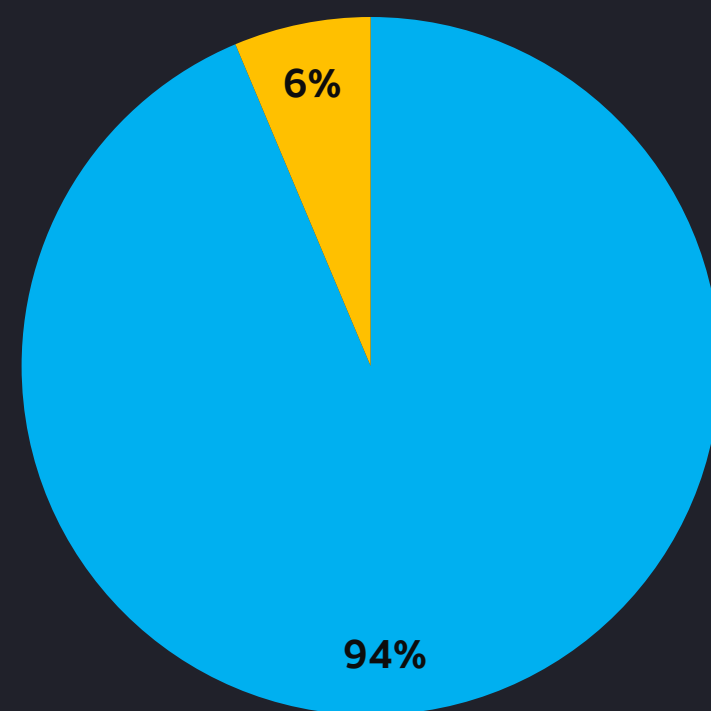
จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impression

KEY FINDING



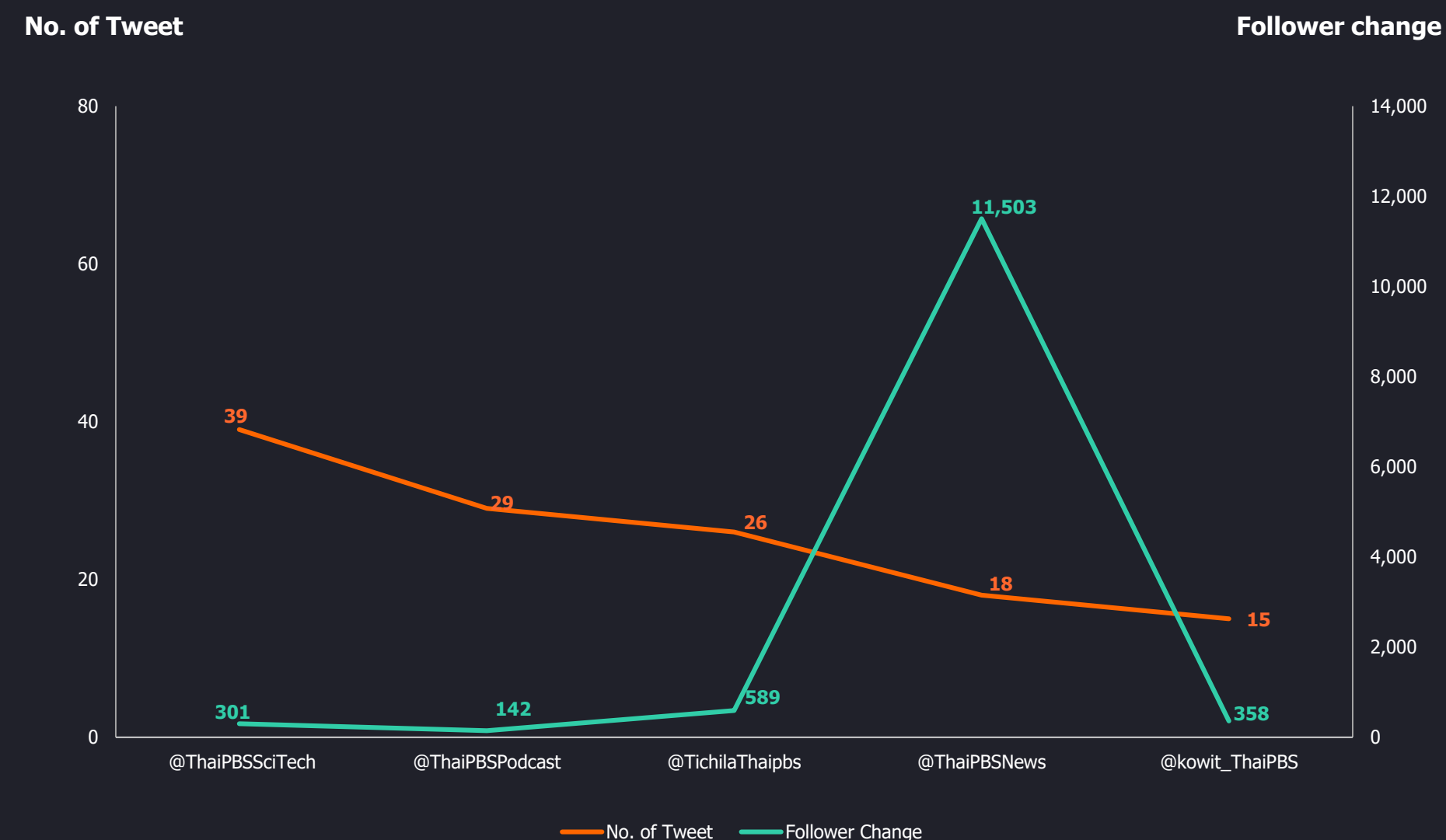
- ช่วงวันที่ 24 มี.ค. จำนวนรีทวีตสูงสุด จากข่าว "ประธานช่วยเหลือเหยื่ออาชญากรรมส่งมอบข้อมูลบริษัทผลิตหน้ากากอนามัย ให้รองผบ.ตร.ขยายผลขบวนการกักตุนหน้ากาก เผยข้อมูลใหม่ ทหารกลุ่มหนึ่งกดดัน 11 บริษัท ผลิตแอลกอฮอล์น้อยลง หวังให้ขาดตลาด" (2,853 RTs)
- ช่วงวันที่ 24 มี.ค. ได้รับ Impression สูงสุด จำนวน 6,136,768 โดยมาจากทวิต "นายกฯ ประกาศใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน เริ่ม 26 มี.ค.นี้ เพื่อยกระดับในการดำเนินการควบคุมการแพร่ระบาด #COVID19 ตามมาตรา 18 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อกำหนด ประกาศ หรือคำสั่งที่ออกมาตรา 9 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ" (395,692 impressions)

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น
(ผู้สื่อข่าว, ทวิตเตอร์รายการ)



■ ข้อความที่ทวิตเอง ■ ทวิตจากผู้อื่น

5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา
และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละสื่อ



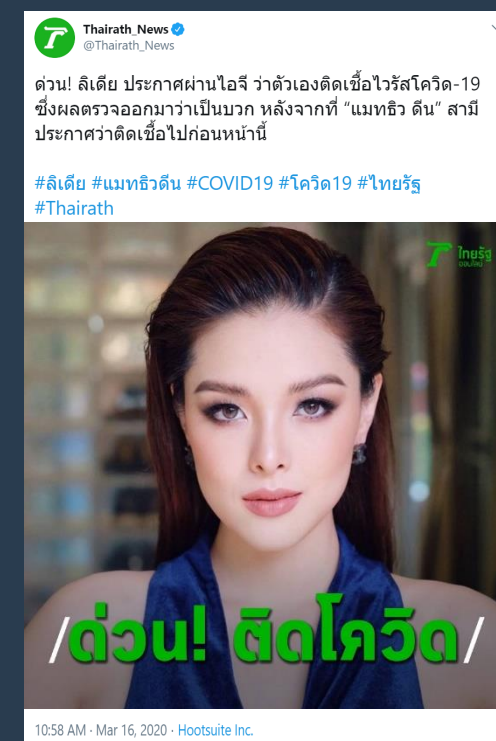
5,728
engagements
(5 Mar)



6,944
engagements
(9 Mar)



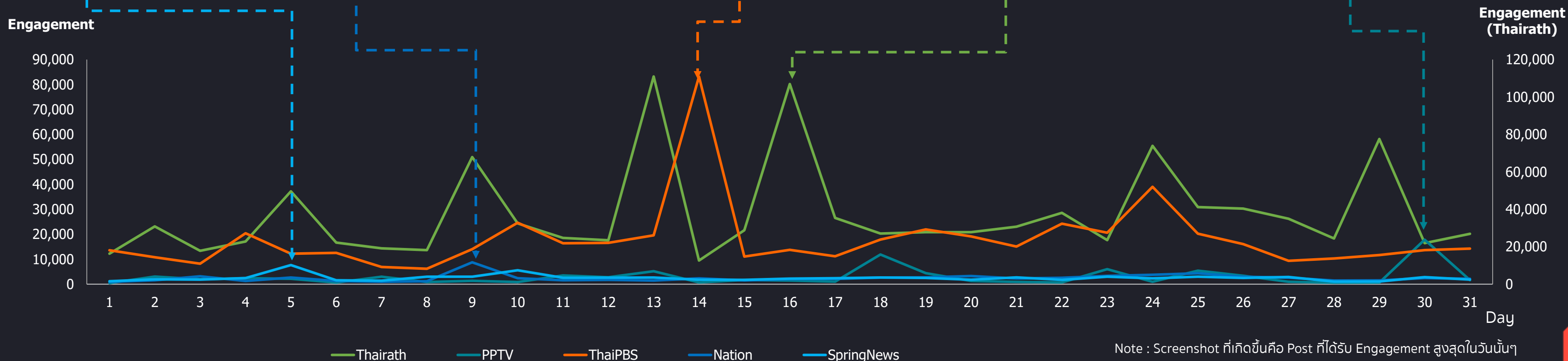
1,438
engagements
(14 Mar)



41,602
engagements
(16 Mar)

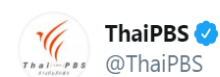


1,577
engagements
(30 Mar)



3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของแบรนด์องค์กร

1



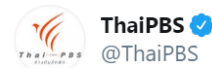
#ข่าวดี WHO ระบุว่าผู้ติดเชื้อโควิด-19 มากกว่า 70% จากทั้งหมด 80,000 คนในจีน ได้รับการรักษาจนหายดี-ถูกปล่อยตัวออกจาก รพ.แล้ว พร้อมเรียกร้องให้ทุกประเทศใช้กลยุทธ์แบบผสานรอบด้าน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดและยุติการระบาดของไวรัส #COVID19 #ThaiPBS @XHNews



6:33 PM · Mar 10, 2020 · TweetDeck

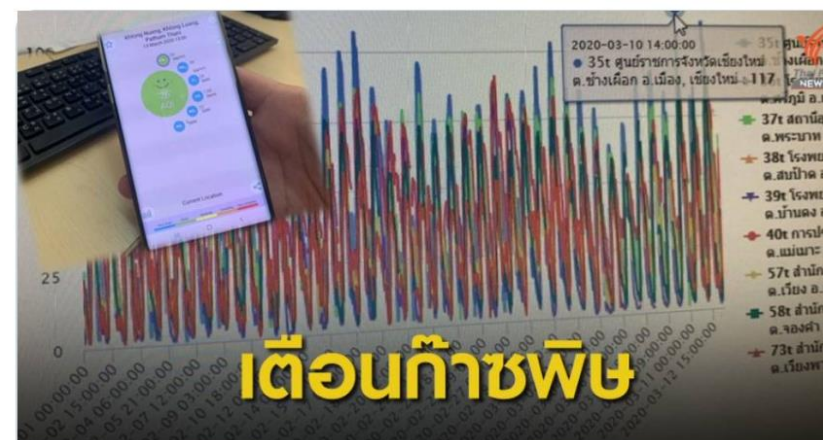
9,824 RTs

2



นักวิชาการสิ่งแวดล้อม เตือนระวัง "ก๊าซโอโซน" สูงเกินมาตรฐาน ช่วงอากาศร้อน กระทบระบบเดินหายใจป้องกันยากกว่าฝุ่น PM 2.5

📌 อ่านต่อ news.thaipbs.or.th/content/289818 ✓
#ThaiPBS #ฝุ่นPM25



ภัยเงียบ! หนักร้อน "ก๊าซโอโซน" ค่าพุ่ง-เสี่ยงออกกลางแจ้ง
นักวิชาการสิ่งแวดล้อม เตือนระวัง "ก๊าซโอโซน" สูงเกินมาตรฐาน ช่วงอากาศร้อน กระทบระบบเดินหายใจป้องกันยากกว่าฝุ่น PM 2.5 เพราะเป็นก๊าซ ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น แนะนำเลี่ยงอ...
📌 news.thaipbs.or.th

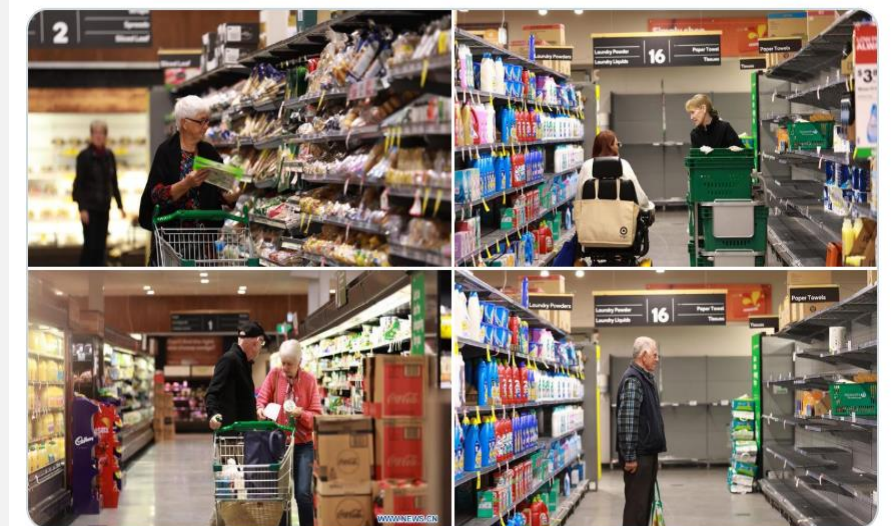
7:06 PM · Mar 13, 2020 · TweetDeck

5,217 RTs

3



ภาพบรรยากาศภายในซูเปอร์มาร์เก็ตของวอลล์เวิร์ธ ในออสเตรเลีย หลังประกาศให้ช่วง 07.00 - 08.00 น. ตั้งแต่ 17 มี.ค. 63 เป็นต้นไป เป็น "ชั่วโมงพิเศษ" เพื่อให้กลุ่มคนชราและคนพิการ ได้เลือกซื้อสินค้าก่อนเวลาเปิดทำการจริง ลดผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 #ThaiPBS #COVID19 #โควิด_19



8:28 AM · Mar 18, 2020 · TweetDeck

4,823 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



52,310 RTs

2



11,171 RTs

3



10,504 RTs

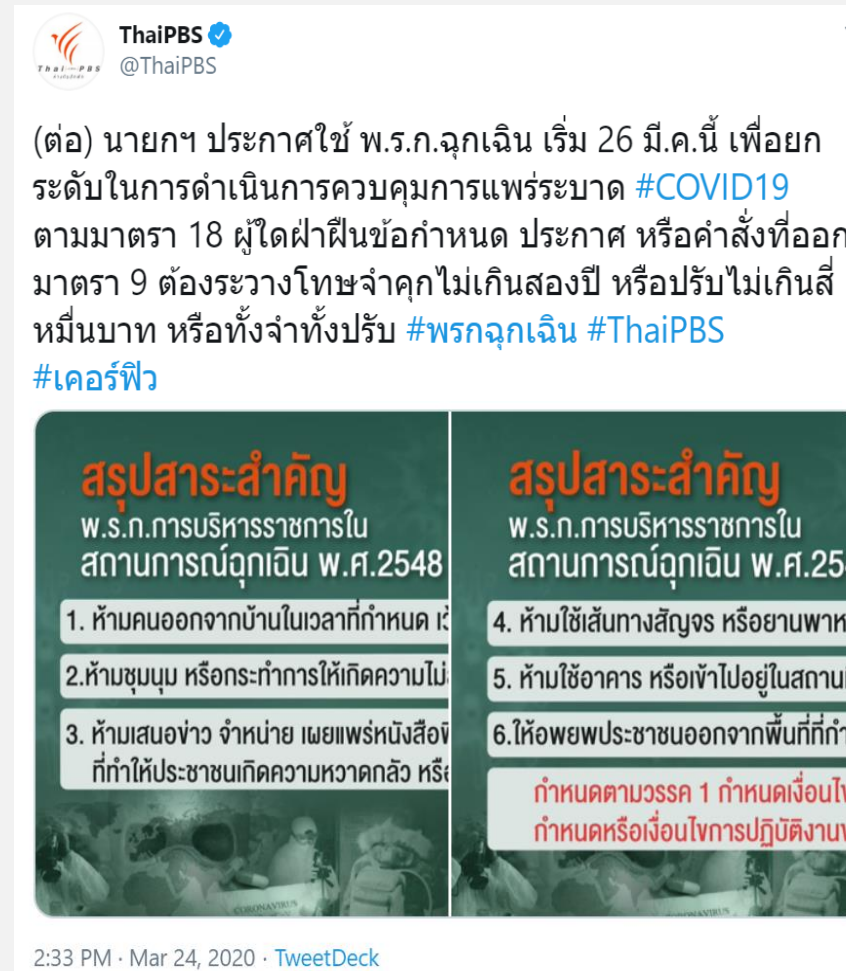
3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



79.6K Views

2



71.8K Views

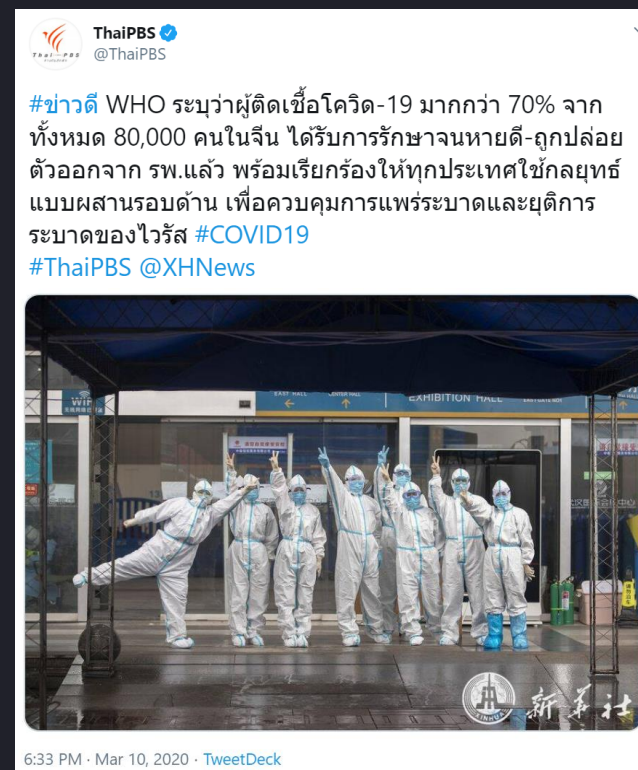
3



56.8K Views



3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

407,389



2

395,692



3

373,772

Tweet activity

Your Tweets earned 96.5M impressions over this 31 day period



<< ภาพรวมเดือน มี.ค. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 96.5 ล้านครั้ง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนถึง 22.5 ล้านครั้ง โดยสูงสุดวันที่ 24 มี.ค. ถูกมองเห็นจำนวน 6.1 ล้านครั้ง จาก 181 ทวิต โดยมาจากทวิต “นายกฯ ประกาศใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน เริ่ม 26 มี.ค.นี้ เพื่อยกระดับในการดำเนินการควบคุมการแพร่ระบาด #COVID19 ตามมาตรา 18 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อกำหนด ประกาศ หรือคำสั่งที่ออกตามมาตรา 9 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ” (Impression = 395,692)

3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



12.5K Views

2



6.3K Views

3



6K Views

3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่มีการคลิกชมวิดีโอ (Media View) น้อยที่สุด

1



895 Views

2



1.1K Views

3



1.2K Views

3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มี การมีส่วนร่วม (Engagement) มากที่สุด

1



3,376 engagements

2



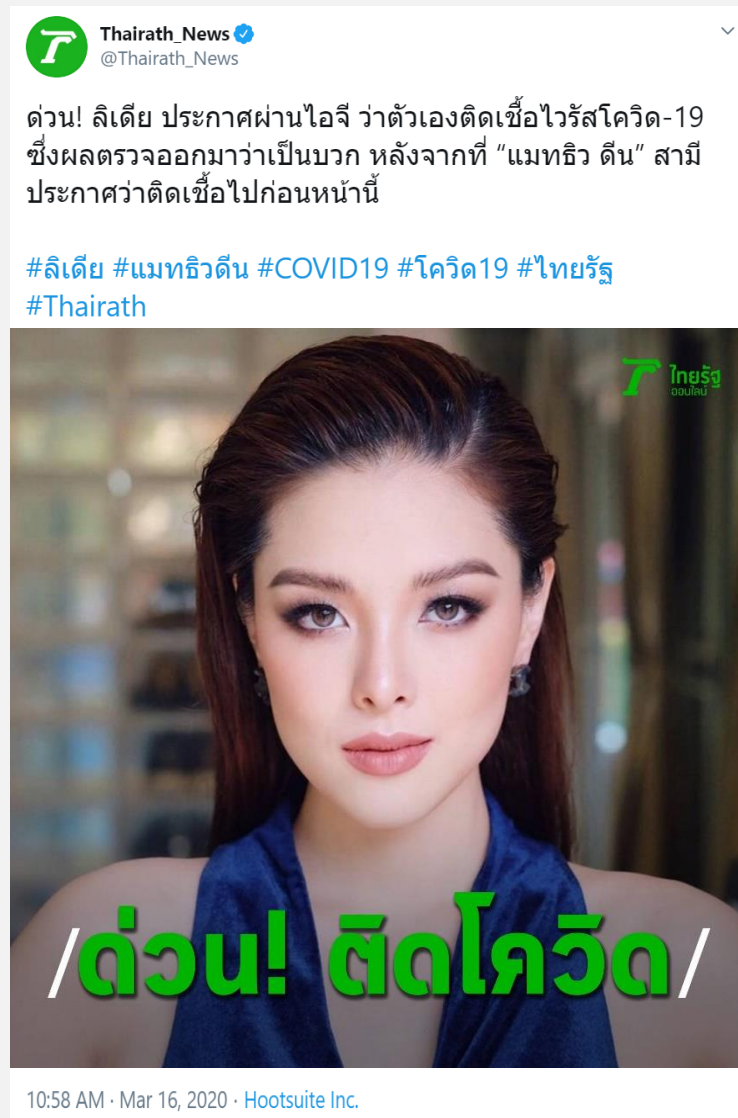
3,288 engagements

3

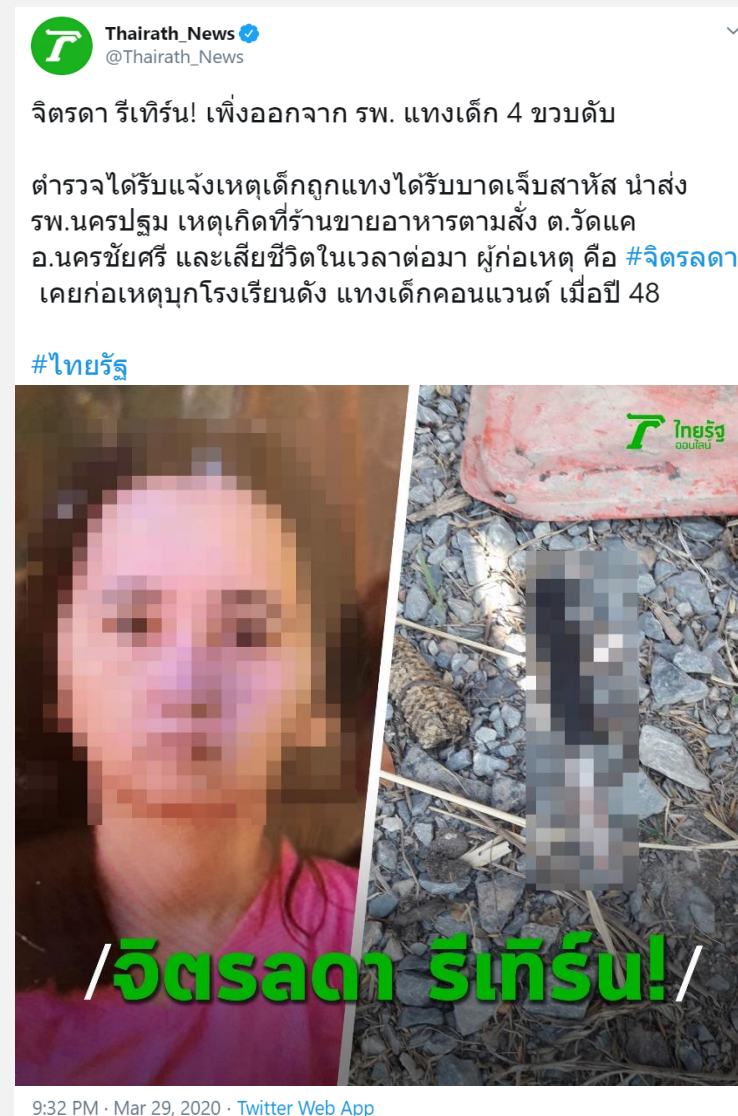


2,696 engagements

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



34,476 RTs



34,007 RTs



23,121 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรินด์องค์กรและพลส.)



6,136 RTs



1,126 RTs



699 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



5,289 RTs



1,885 RTs



1,187 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



11,164 RTs

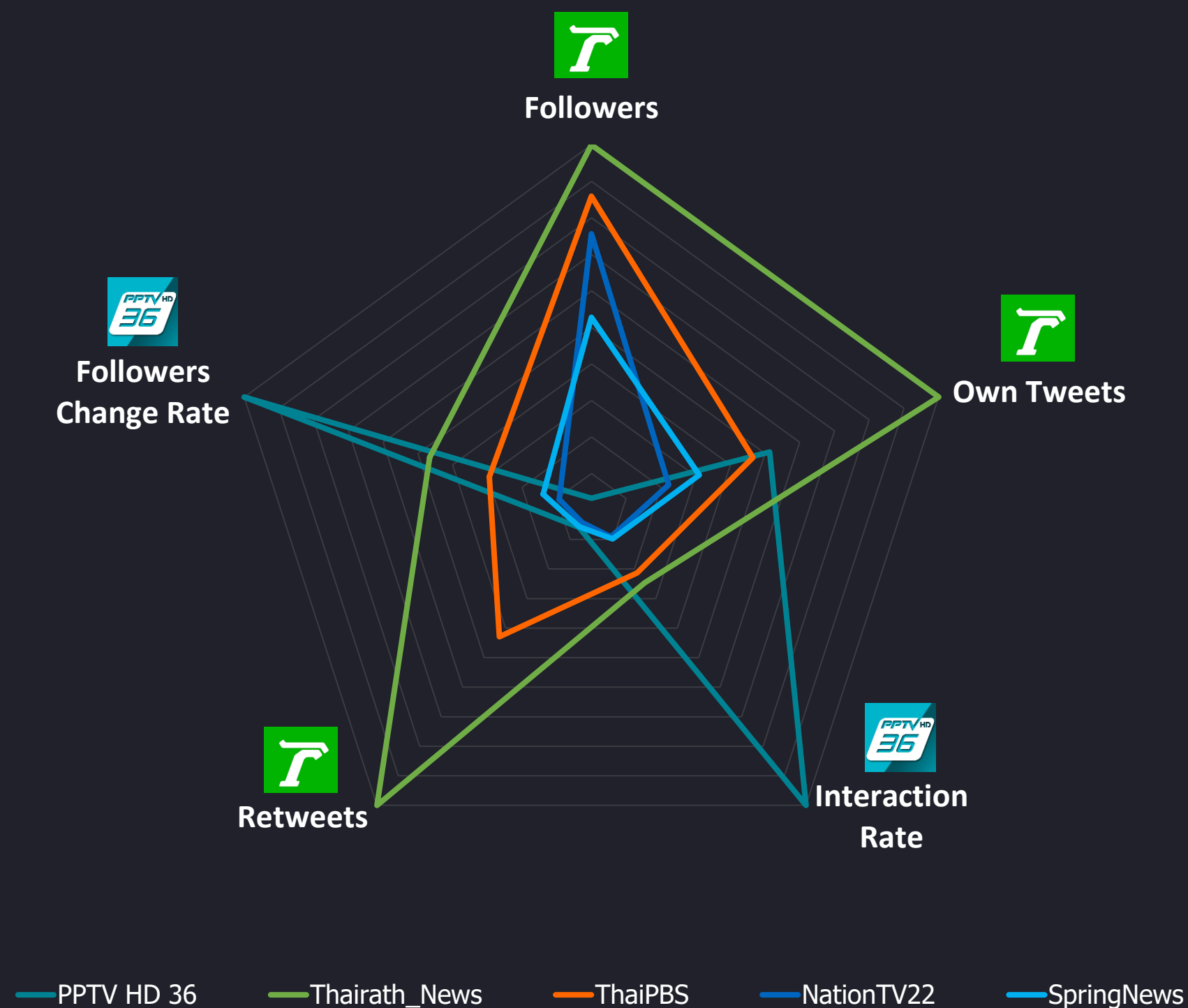


2,071 RTs



1,749 RTs

ประสิทธิภาพของสื่อในแต่ละด้าน



Interaction rate : ประสิทธิภาพของการทวิต
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลง
 ของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower: จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
Own tweet : จำนวนทวิตทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

Strength

Follower : 2,835,027

Own Tweet : 1,817

Retweet : 278,176

Followers Change Rate : 29.40%

Weakness

Interaction Rate : 21.32%

Key Finding

- ในเดือนนี้ ThaiPBS มีประสิทธิภาพที่ค่อนข้างดี
 เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นจำนวนของ
 Follower, Own Tweet, Retweet
 และ Follower Change Rate
 แต่ในด้าน Interaction rate พบว่า
 มีจำนวนค่อนข้างน้อย และลดลงจากเดือนที่แล้ว
- PPTV ได้รับ Follower Change Rate
 และ Interaction rate สูงที่สุด



ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับสื่อมากที่สุดของเดือน



1,848 Mentions

@littlemy_Yu

https://twitter.com/littlemy_Yu



712 Mentions

@bowybowi

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



606 Mentions

@My_Baby_JaeJae

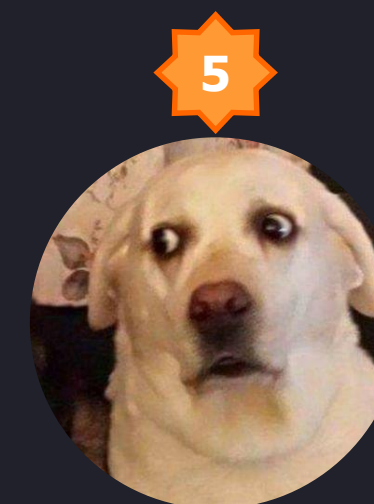
https://twitter.com/My_Baby_JaeJae



602 Mentions

@irine19_BKK

https://twitter.com/irine19_BKK



453 Mentions

@teukyu1003

<https://twitter.com/teukyu1003>