

New Media Statistics

April 1-30, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

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



METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-30 Apr 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 30 เม.ย. 63 : **2,858,817 Followers** (+ 23,790)

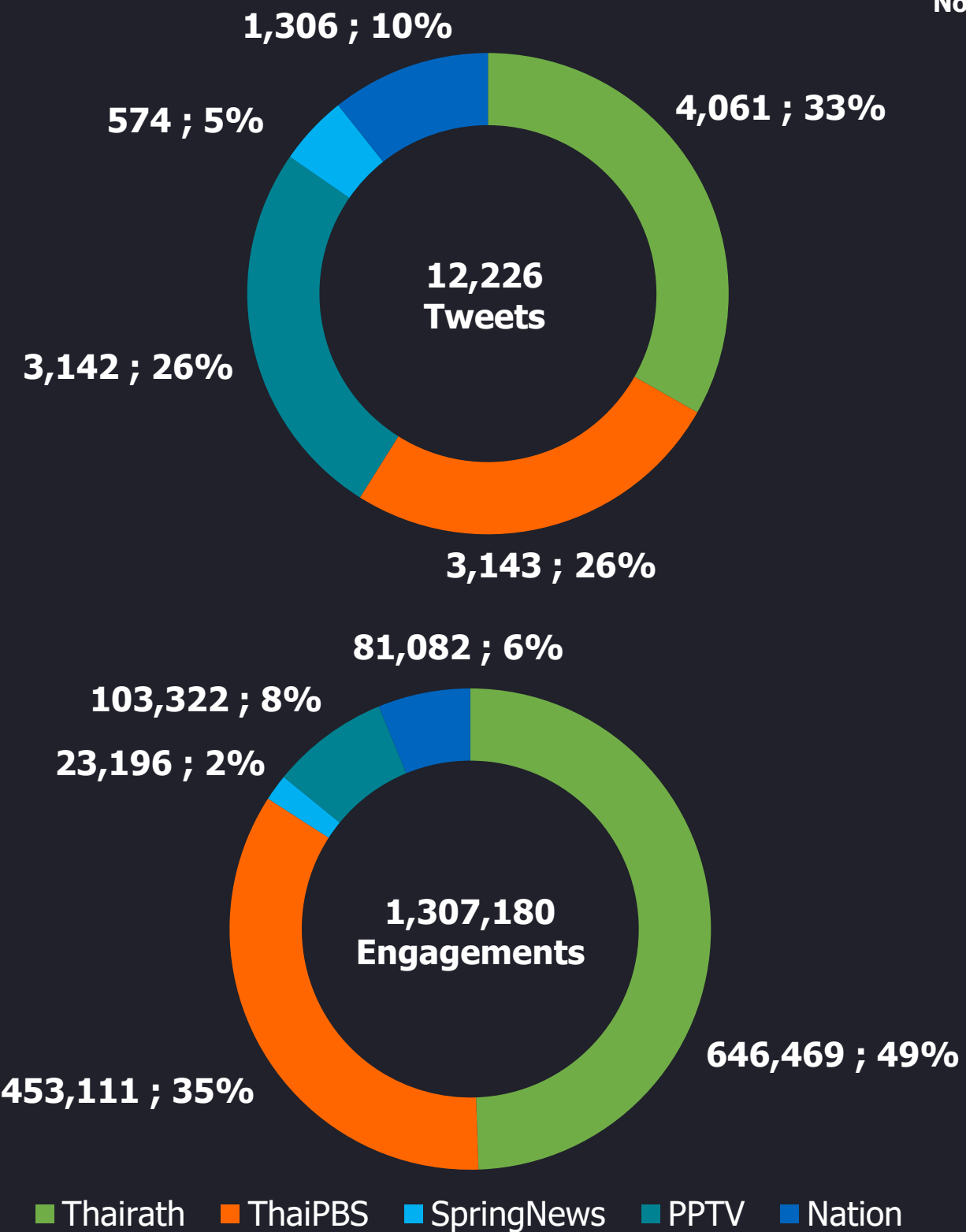
มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS

มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

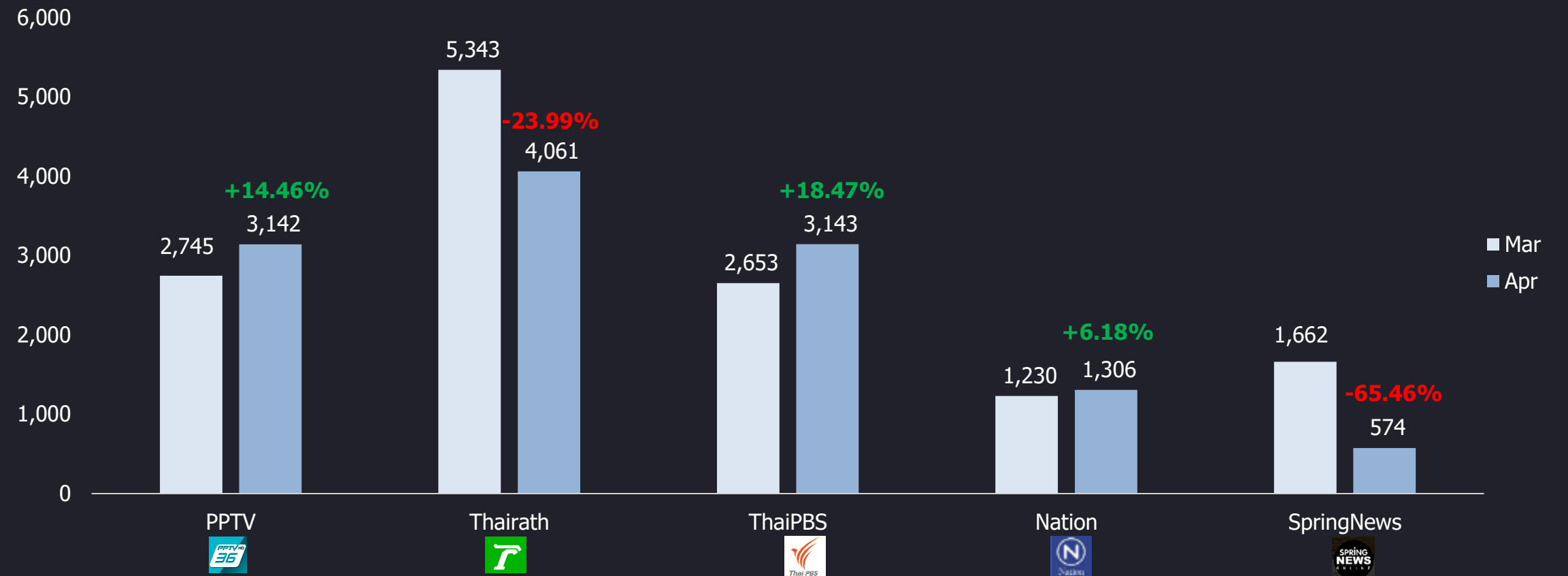
NO.	USERNAME			Apr 20	Mar 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	3,351,202	3,299,680	+1.56
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,858,817	2,835,027	+0.84
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,501,409	2,495,705	+0.23
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,742,793	1,741,362	+ 0.08
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,475,503	1,471,671	+0.26
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	862,796	861,425	+0.16
7		MatichonOnline	มติชน	822,815	798,272	+3.07
8		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	769,806	737,936	+4.32
9		Ktnewsonline	กรุงเทพธุรกิจ	767,806	761,894	+0.78
10		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	462,931	454,328	+1.89
11		FM100.5	FM100.5	438,571	437,043	+0.35
12		MCOT_Digital	MCOT	356,899	350,255	+1.90

NO.	USERNAME			Apr 20	Mar 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	335,495	327,088	+2.57
14		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	314,388	296,466	+6.05
15		TNNThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	279,210	273,363	+2.14
16		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	242,391	239,438	+1.23
17		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	242,434	232,114	+4.45
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	224,148	206,494	+8.55
19		OneHDThailand	วันชาแนล	197,871	191,686	+3.23
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	137,424	126,739	+8.43
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	110,010	106,497	+3.30
22		ThaiCH8	ช่อง 8	52,862	50,647	+4.37
23		ThaiTv5	ททบ.5	22,318	22,310	+0.04
24		mono_group	โมโน	404	404	0.00

ภาพรวมการทวิตในแต่ละสื่อ



No. of tweets

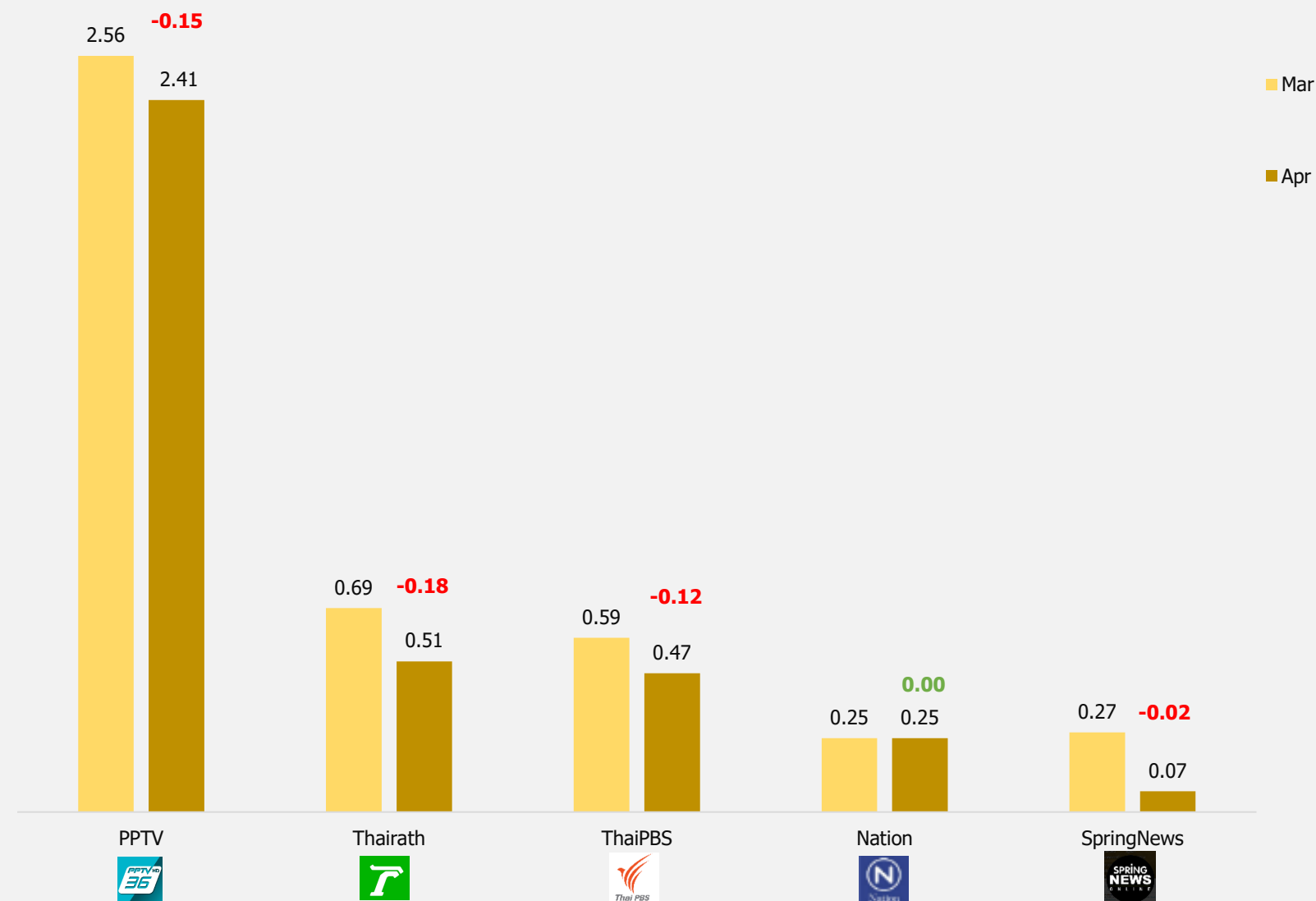


KEY FINDING

- ThaiPBS** : มีการทวิต 3,143 ทวิต (453,111 engagements) เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 490 ทวิต คิดเป็น 18.47% แบ่งเป็นการรีทวิตจากผู้สื่อข่าว/รายการ 209 ทวิต (72,563 engagements) โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 29 เม.ย. ซึ่งข่าวที่มีการทวิตค่อนข้างเยอะ คือ สถานการณ์ที่เกี่ยวกับ COVID-19 ไม่ว่าจะเป็นรายงานผู้ติดเชื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงเงินเยียวยา 5,000 บาท จากรัฐบาล
- Thairath** : มีการทวิต 4,061 ทวิต (646,469 engagements) ซึ่งลดลงจากเดือนก่อนหน้า 1,282 ทวิต คิดเป็น 23.99% โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 1 เม.ย. จำนวน 268 ทวิต

ประสิทธิภาพทวิตในแต่ละสื่อ

ประสิทธิภาพของทวิตแต่ละสื่อ



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

KEY FINDING

ThaiPBS : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.12 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "มันหาเงินไม่ได้อีกแล้วหนุ ลุงยอมปรับตัวให้อยู่รอด ลุงสิทธิชัย ไกลชิด คนขับแท็กซี่ ในวัย 72 ปี เพราะพิษ #COVID19 ทำให้รับผู้โดยสารได้น้อยลง จนแม้แต่เงินค่าเช่ารถ วันละ 300 บาท ยังไม่พอจ่าย จึงปรับเปลี่ยนจากการขับแท็กซี่มารับส่งพัสดุ สู่วิษเศรษฐกิจ" (15,066 engagements)

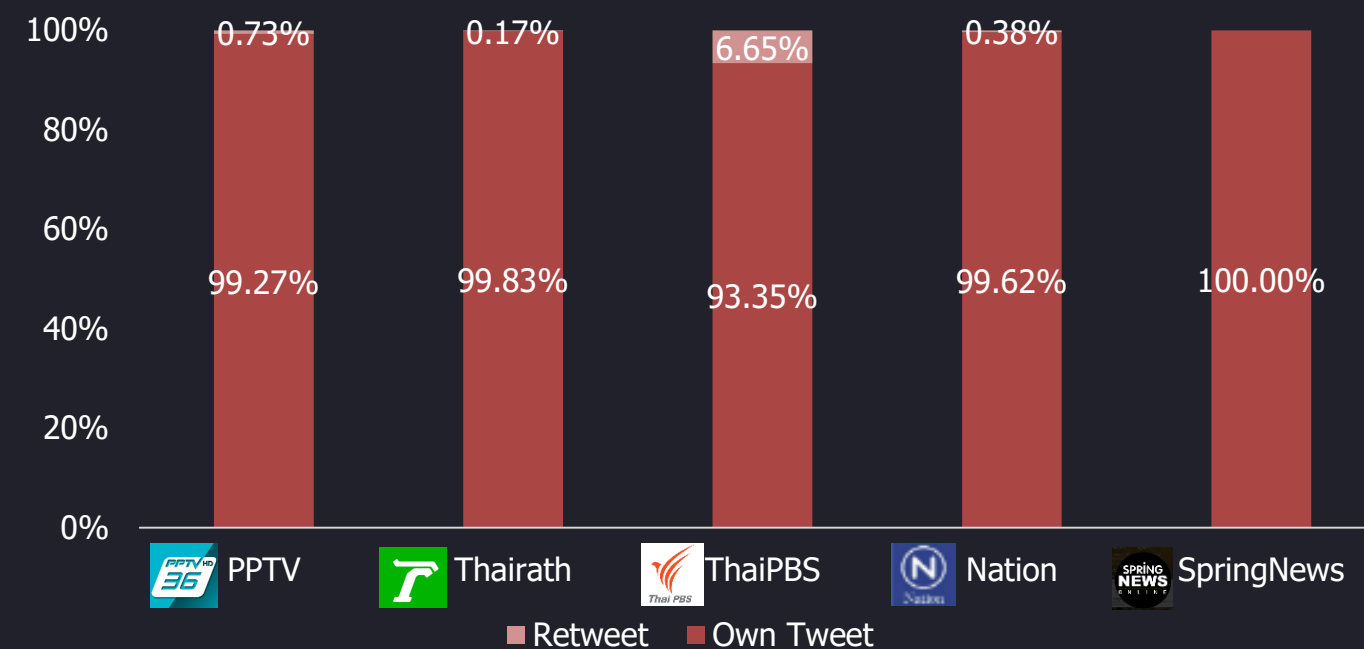
PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.15 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "วิ่งไปรับเงิน ประชาชนที่อยู่บริเวณสวนลุมพินีวิ่ง และกระโดดข้ามแนวรั้วต้นไม้ เพื่อไปรับเงินจากกลุ่มผู้ขายที่กดเงินสดมาจำนวน 40,000 บ. เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้มีรายได้น้อย และกลุ่มคนไร้บ้าน คนละ 100 บ." (5,058 engagements)

Thairath : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.18 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัว "พ่อหลวงแดง" ผู้ใหญ่บ้านเชียงใหม่ ร่วมภารกิจดับ #ไฟป่าเชียงใหม่ เมื่อ 9 มี.ค. 63 และถูกไฟคลอกได้รับบาดเจ็บสาหัส ก่อนเสียชีวิตในเวลาต่อมา" (20,578 engagements)

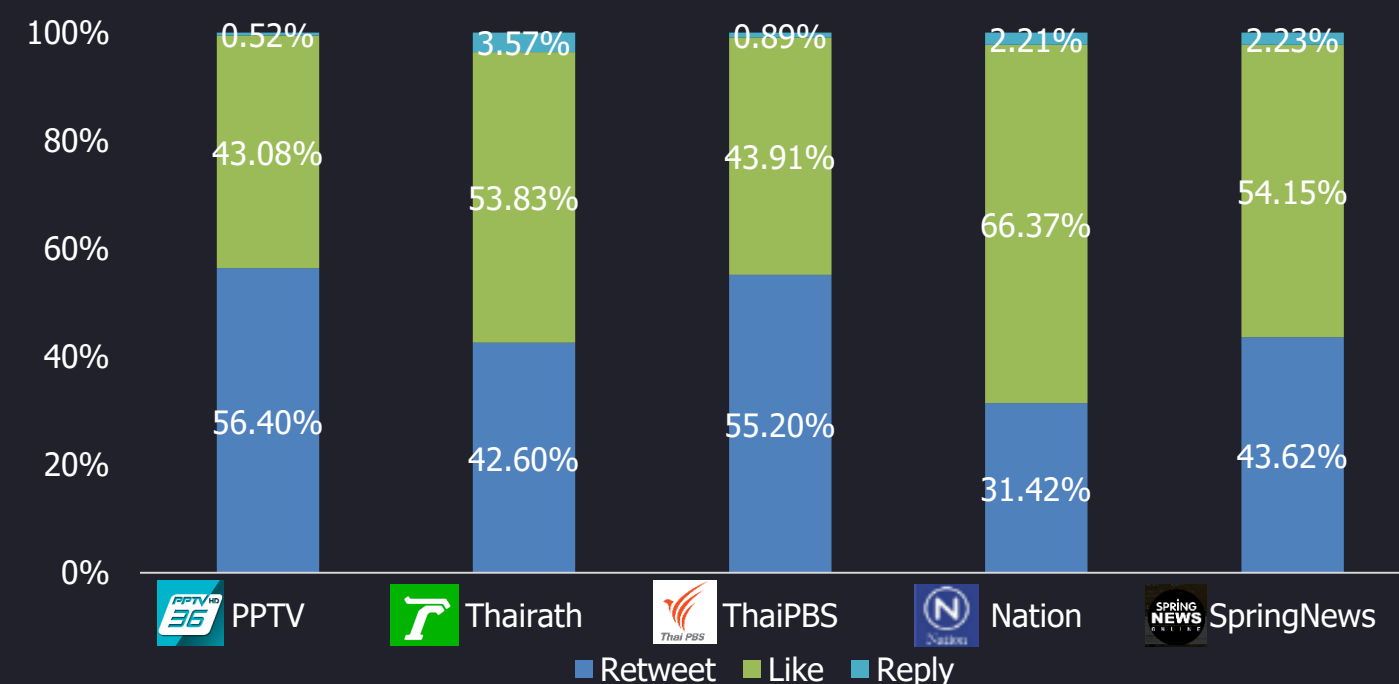


Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละสื่อ

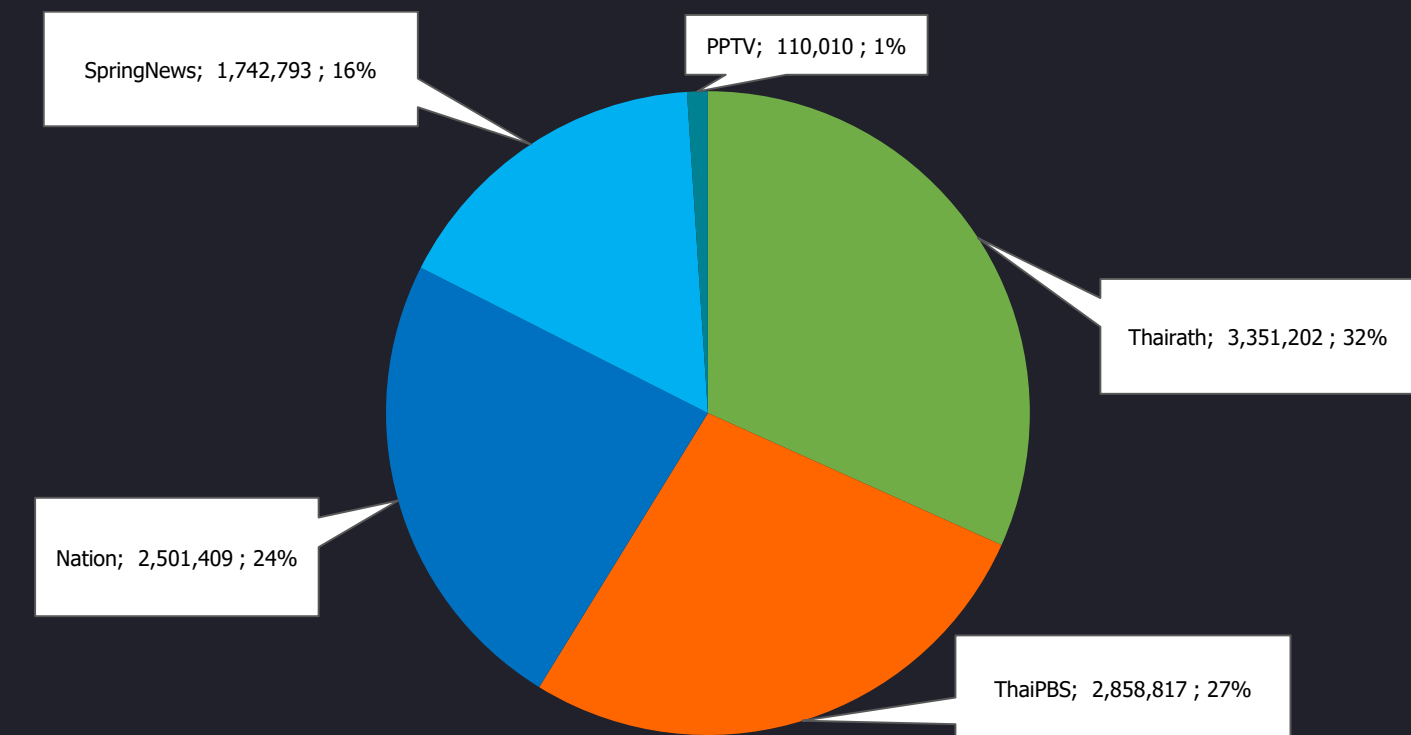
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละสื่อ



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วมในแต่ละสื่อ



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละสื่อ



KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Own Tweet เองเป็นหลักเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีการทวิต 209 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก ThaiPBS สูงสุด คือ @TichilaThaipbs (61 tweets) และ @ThaiPBSSciTech (42 tweets) และในด้านผู้ติดตาม มีจำนวน 2,858,817 followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

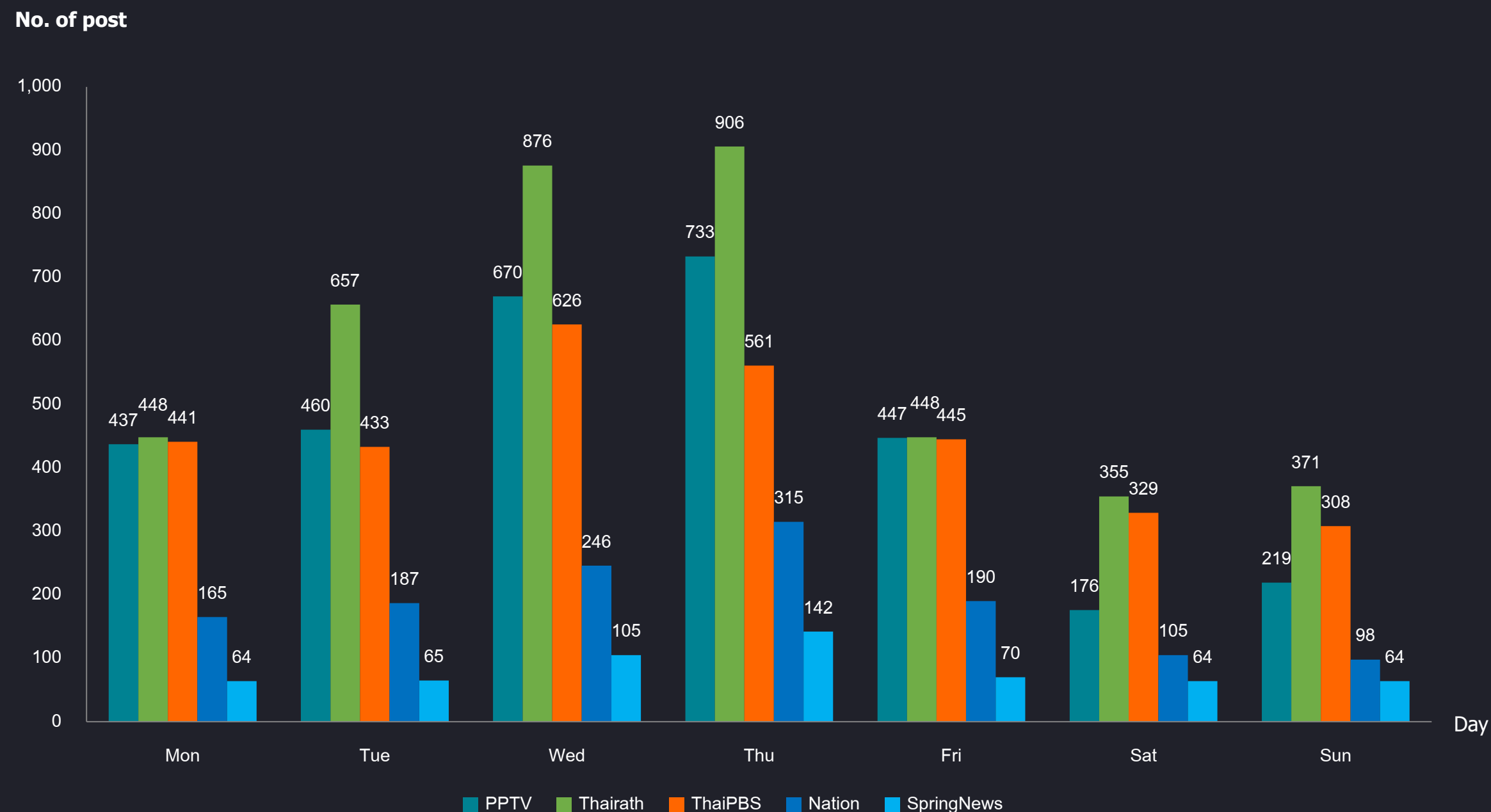
Thairath : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Own Tweet เองเป็นหลัก มีการทวิตจาก Account อื่น เพียง 7 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก Thairath สูงสุด คือ @Pink_Siripipat (4 tweets) โดยมาจากข่าว "ท่านได้รับสิทธิมาตรการเยียวยา ได้รับเงินแน่ ๆ รอเงินเข้าบัญชีที่ไวไวเร็ว ๆ นี้ได้เลย" (12 retweets 40 likes) อีกทั้ง Thairath ยังมีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุด

Nation : มีการทวิต 5 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก Nation สูงสุด คือ @vipaporn_NTV (3 tweets) โดยมาจากข่าว "สำนักงานการบินพลเรือน ขยายเวลาห้ามเครื่องบินขนส่ง ผู้โดยสารเข้ามาไทยจนถึง 30 เม.ย. 63" (9 retweets 25 likes)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสัปดาห์

KEY FINDING

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณทวีตของ 5 สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)



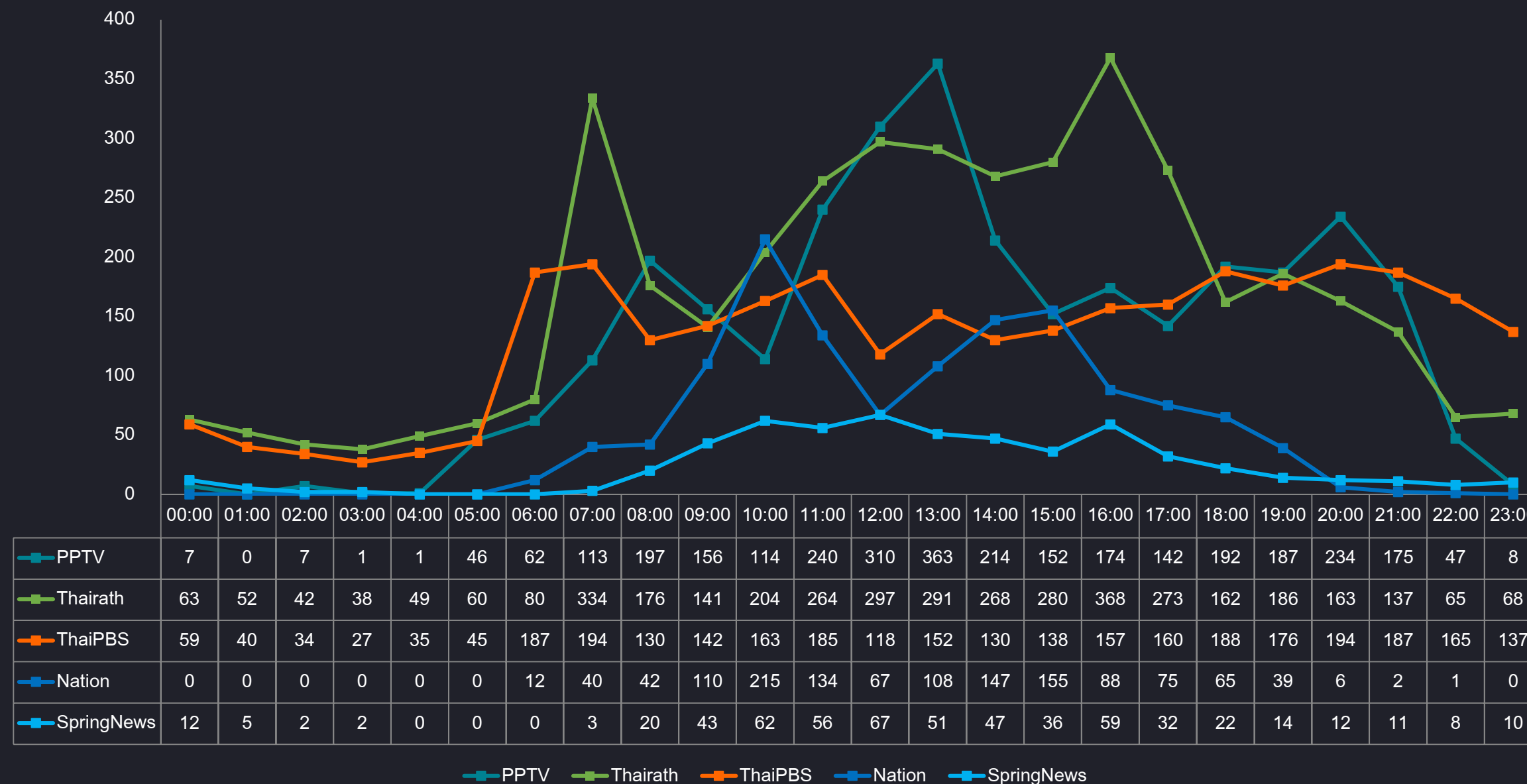
- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูง ในวันพุธ - พฤหัสบดี และมีการทวีตลดลง ในวันศุกร์ - อาทิตย์
- ThaiPBS** : มีการทวีตสูงสุดในวันพุธ ซึ่งทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "อาการเหงาของหมีขั้วโลก ในสวนสัตว์รัสเซีย หลังไม่มีคนมาเที่ยว ผลจากมาตรการล็อกดาวน์ควบคุม #โควิด19 เลยอดเล่นกับคนเลี้ยง เพื่อให้รู้สึกสนุก" (4,157 engagements)
- Thairath** : มีการทวีตสูงสุดในวันพฤหัสบดี โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัว "พ่อหลวงแดง" ผู้ใหญ่บ้านเชียงใหม่ร่วมภารกิจดับ #ไฟป่าเชียงใหม่ เมื่อ 9 มี.ค. 63 และถูกไฟคลอกได้รับบาดเจ็บสาหัส ก่อนเสียชีวิตในเวลาต่อมา" (20,578 engagements)
- PPTV** : มีการทวีตสูงสุดในวันพฤหัสบดี โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ไบรท์ วชิรวิชญ์ ฮอตแรงทะลุล้านทูปสถิติโซเชียล" (4,838 engagements)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสื่อ

KEY FINDING

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

Engagement



- **ThaiPBS** : มีจำนวนการทวิตสูงสุดช่วง 07.00 น. และ 20.00 น. โดยมาจากทวิตรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส (81 tweets, 9,313 engagements)
- **Thairath** : จำนวนทวิตสูงสุดในช่วงเวลา 16.00 น. โดยข่าวที่ได้ Engagement สูงสุด คือ "ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัว "พ่อหลวงแดง" ผู้ใหญ่บ้านเชียงใหม่ ร่วมภารกิจดับ #ไฟป่าเชียงใหม่ เมื่อ 9 มี.ค. 63 และถูกไฟคลอกได้รับบาดเจ็บสาหัส ก่อนเสียชีวิตในเวลาต่อมา" (20,578 engagements) และในช่วง 07.00 น. มีการทวิตข่าวหน้า 1 (86 tweets, 7,764 engagements) และดวงประจำวัน (30 tweets, 2,084 engagements)

ข่าวหน้า 1

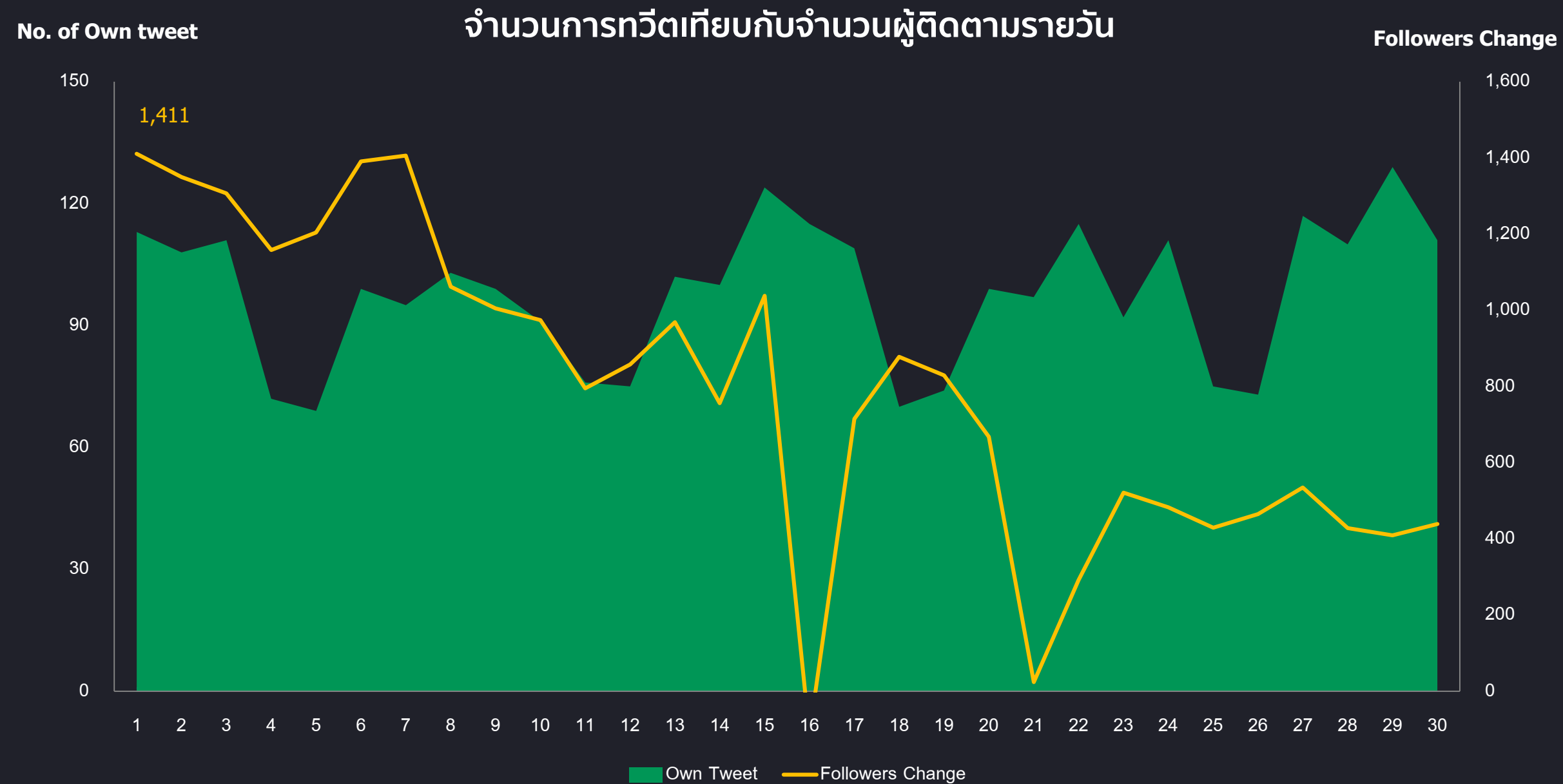


ดวงประจำวัน



จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

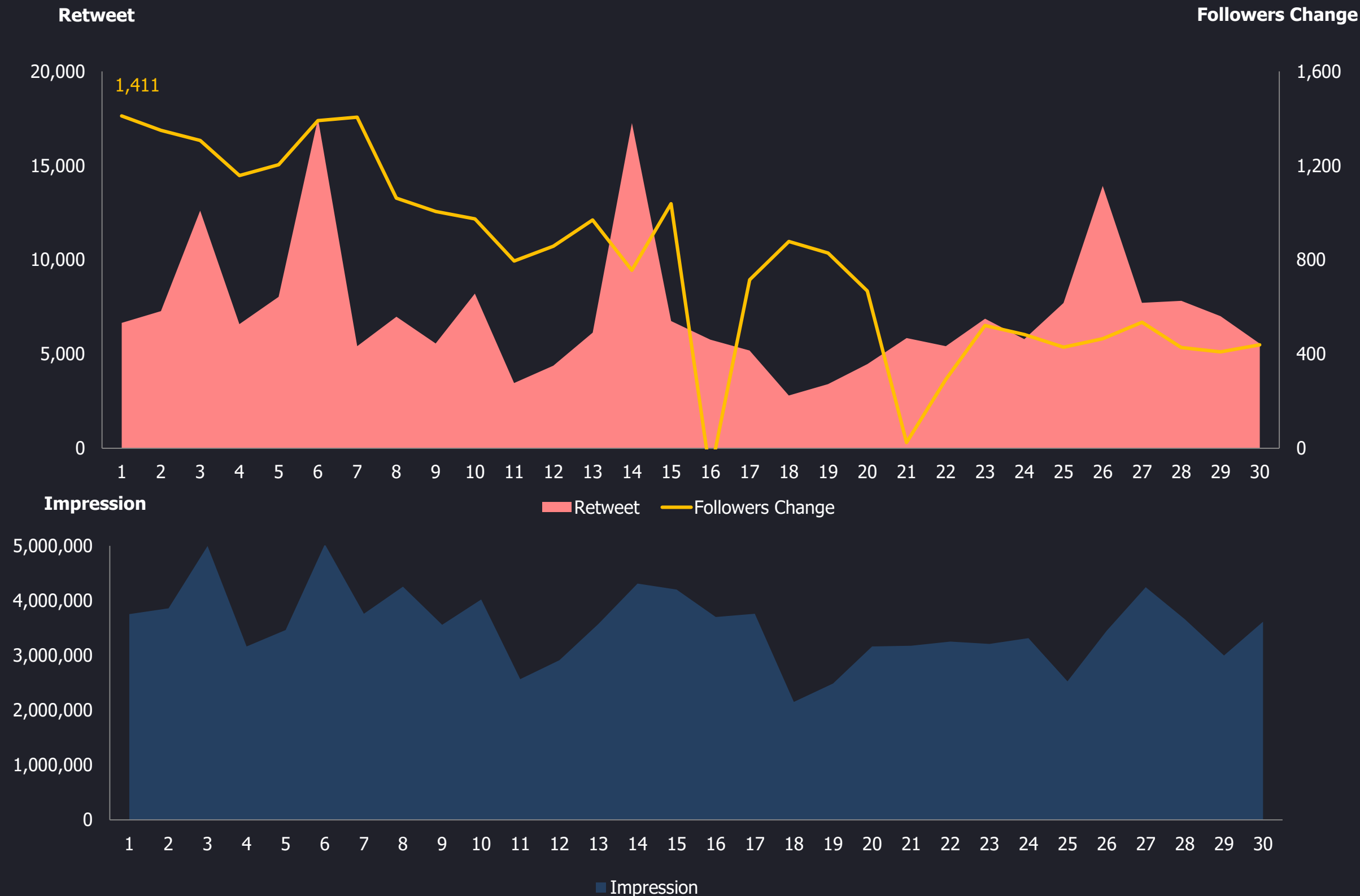
KEY FINDING



- ช่วงวันที่ 1 เม.ย. จำนวน Follower เพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 1,411 followers โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "กสทช. เปิดให้ประชาชนลงทะเบียนรับอินเทอร์เน็ตบนมือถือฟรี 10 GB เริ่มตั้งแต่วันที่ 10-30 เม.ย.นี้ กด *170* ตามด้วยเลขบัตรประชาชน 13 หลัก #แล้วกดโทรออก" (906 engagements)
- จำนวน Own Tweet ตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 98 tweets : day

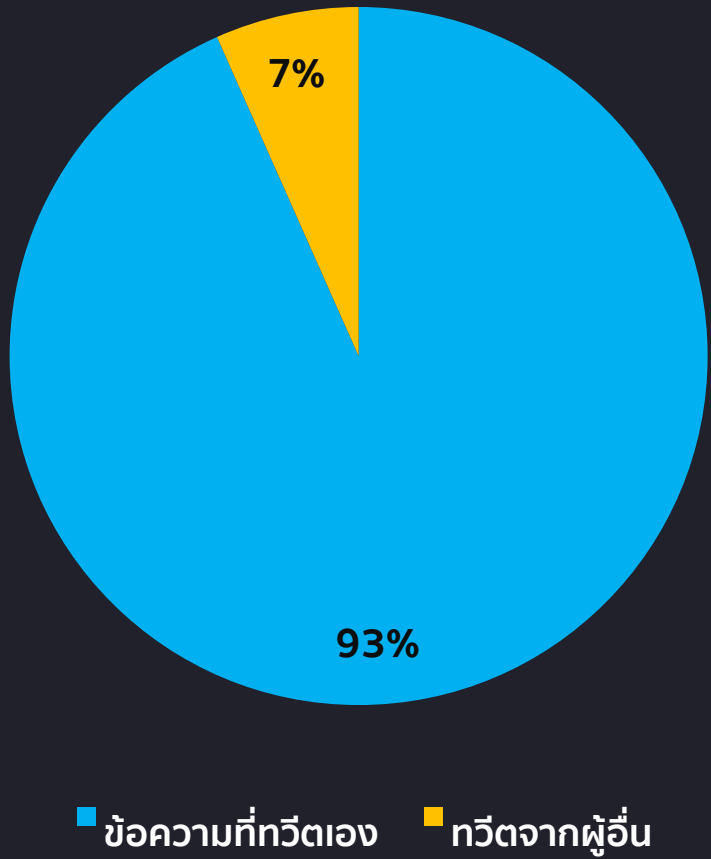
จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impression

KEY FINDING

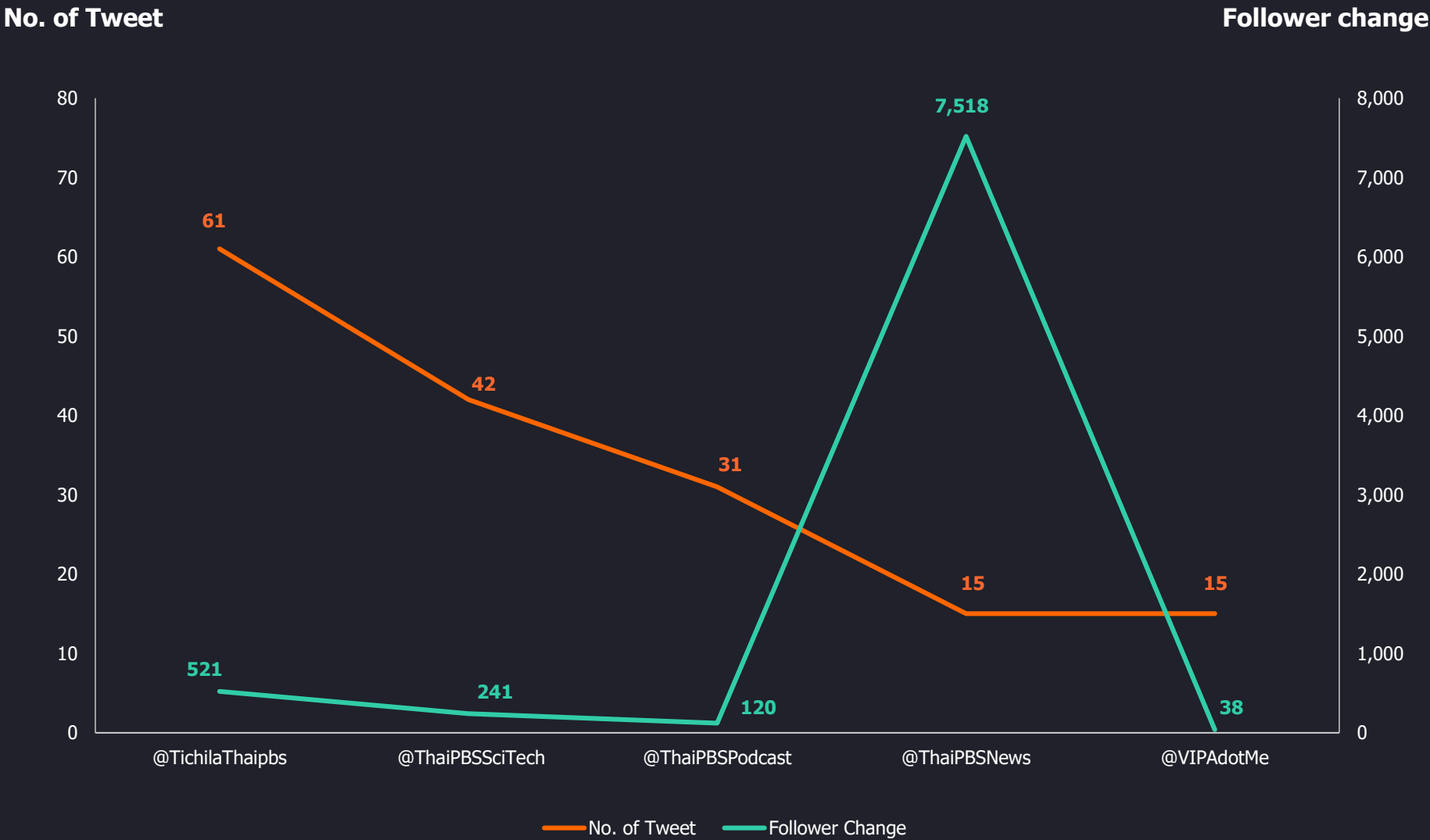


- ช่วงวันที่ 6 เม.ย. จำนวนรีทวีตสูงสุด จากข่าว "จนท.ยูเอ็นชี้ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง และคุณภาพอากาศที่ดีขึ้น ในช่วงที่หลายประเทศ กำลังรับมือกับ COVID-19 ไม่ควรถูกมองเป็นประโยชน์ ต่อสิ่งแวดล้อม เพราะปริมาณขยะทางการแพทย์ และของเสียอันตรายซึ่งเพิ่มพูนขึ้น" (5,468 RTs)
- ช่วงวันที่ 3 เม.ย. ได้รับ Impression สูงสุด จำนวน 4,997,070 โดยมาจากทวิต "ลูกเรือประมงกลับจากประเทศมาเลเซีย ถูกกักตัว ให้อนรมณน จ.ตรัง หลังชุมชนไม่อนุญาตให้ใช้พื้นที่ ผู้ถูกกักตัวเรียกร้องให้เปลี่ยนสถานที่ เนื่องจากช่วงกลางวันอากาศร้อนจนอาศัยอยู่ไม่ได้" (166,739 impressions)

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น (ผู้สื่อข่าว, ทวิตเตอร์รายการ)



5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละสื่อ



11,029
engagements
(4 Apr)



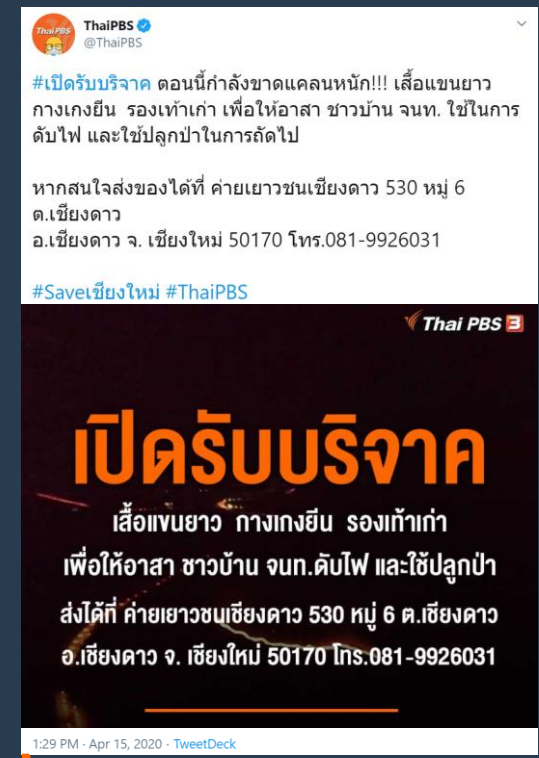
1,454
engagements
(4 Apr)



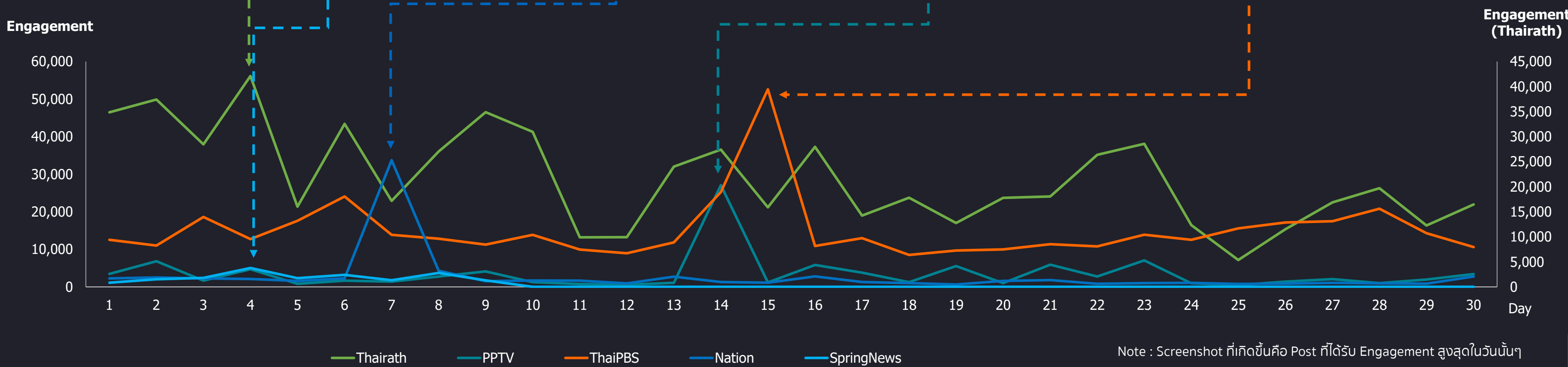
31,649
engagements
(7 Apr)



407
engagements
(14 Apr)



1,950
engagements
(15 Apr)



Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้นๆ

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของแบรนด์องค์กร

1



11,431 RTs

2



9,306 RTs

3



5,471 RTs

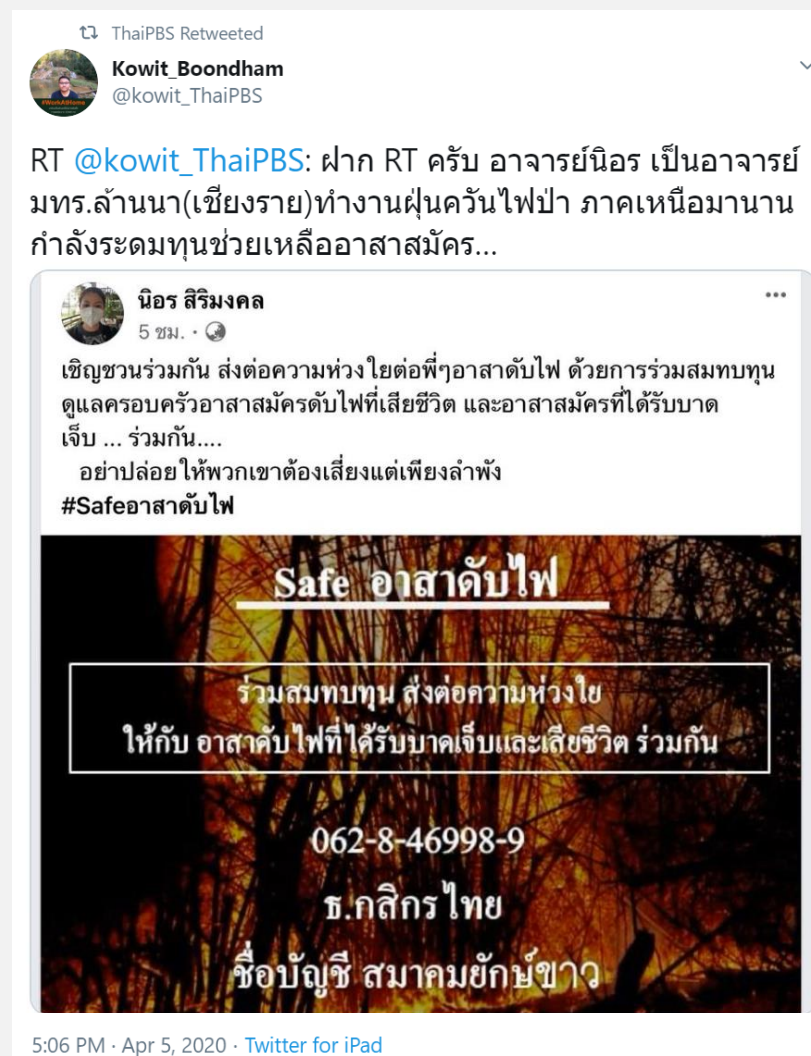
3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



28,894 RTs

2



1,641 RTs

3



1,407 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



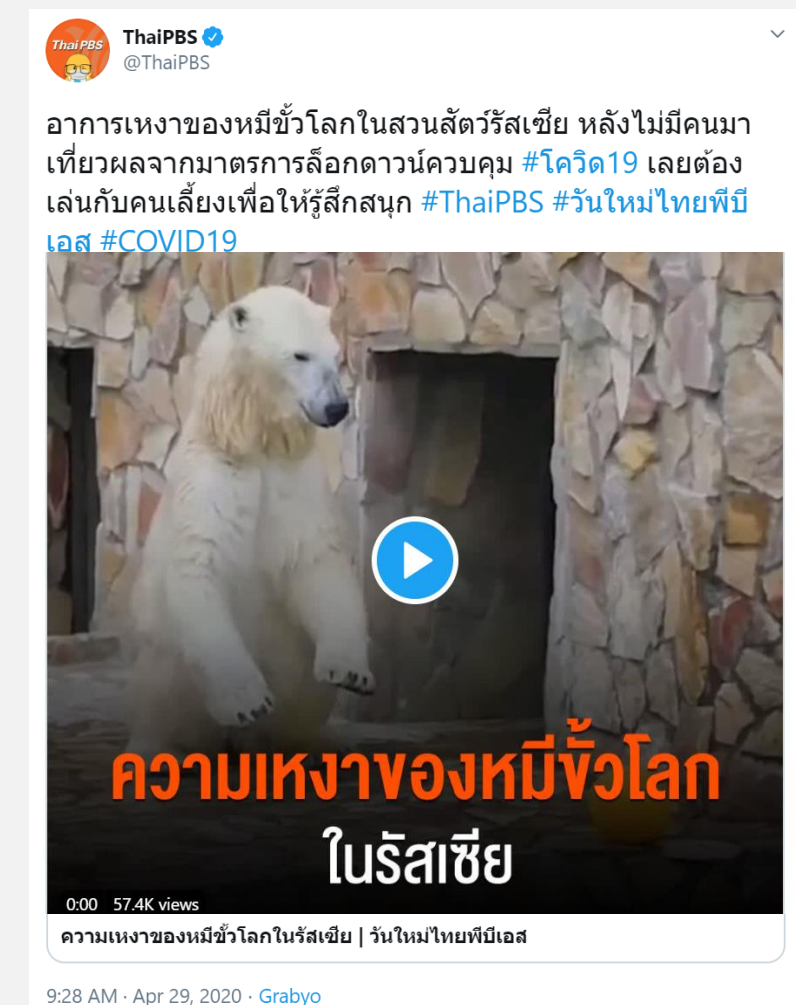
243.7K Views

2



58.7K Views

3



57.4K Views



3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

660,536



2

418,707

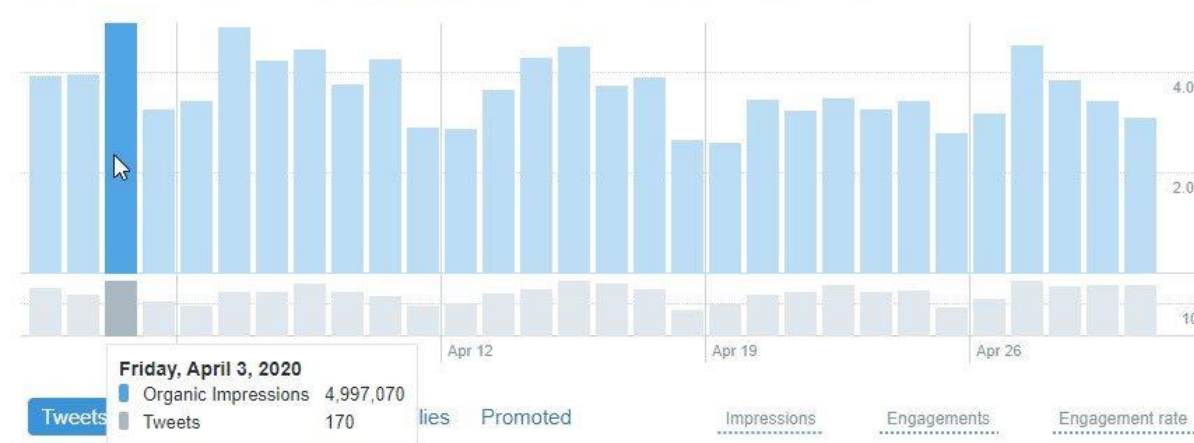


3

307,421

Tweet activity

Your Tweets earned 110.5M impressions over this 30 day period



<< ภาพรวมเดือน เม.ย. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 110.5 ล้านครั้ง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนถึง 14 ล้านครั้ง โดยสูงสุดวันที่ 3 เม.ย. ถูกมองเห็นจำนวน 4.9 ล้านครั้ง จาก 170 ทวิต โดยมาจากทวิต “ลูกเรือประมงกลับจากประเทศมาเลเซีย ถูกกักตัวให้อยู่บนเรือ จ.ตรัง หลังชุมชนไม่อนุญาตให้ใช้พื้นที่ ผู้ถูกกักตัวเรียกร้องให้เปลี่ยนสถานที่ เนื่องจากช่วงกลางวัน อากาศร้อนจนอาศัยอยู่ไม่ได้” (Impression = 166,739)

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

1



6.6K Views

2



6.3K Views

3



6K Views

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

1



466 Views

2



582 Views

3



669 Views

3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มี การมีส่วนร่วม (Engagement) มากที่สุด

1



10,985 engagements

2



8,724 engagements

3



5,135 engagements

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



16,160 RTs



9,370 RTs



9,266 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรินด์องค์กรและพลข.)



11,181 RTs



1,079 RTs



463 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



1,274 RTs



821 RTs



471 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



4,493 RTs

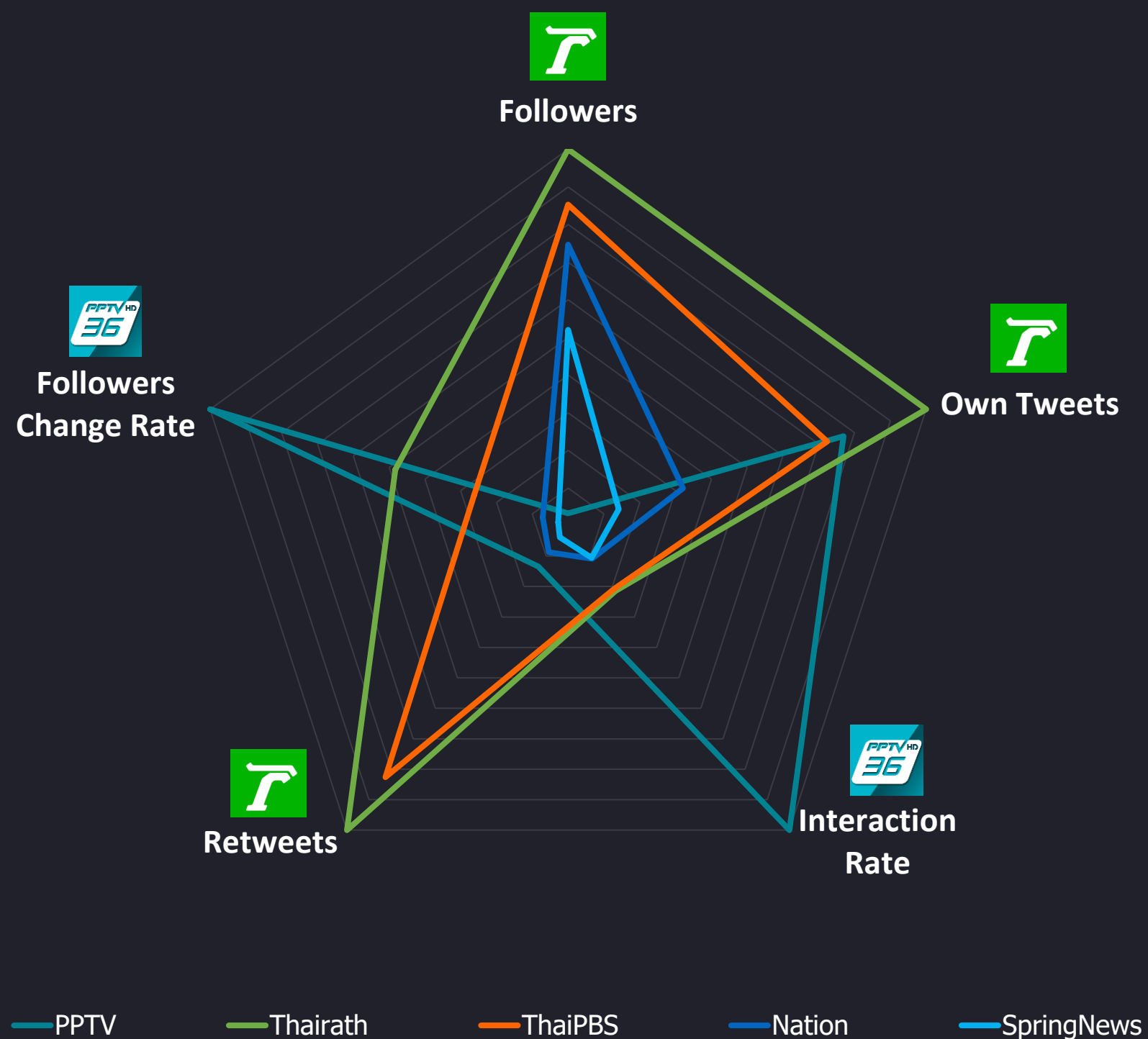


1,727 RTs



1,716 RTs

ประสิทธิภาพของสื่อในแต่ละด้าน



Interaction rate : ประสิทธิภาพของการทวิต
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลง
 ของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower: จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
Own tweet : จำนวนทวีตทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

Strength

Follower : 2,858,817

Own Tweet : 2,934

Retweet : 218,138

Weakness

Interaction Rate : 20.76%

Followers Change Rate : 26.25%

Key Finding

- ในเดือนนี้ ThaiPBS มีประสิทธิภาพที่ค่อนข้างดี
 เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นจำนวนของ
 Follower, Own Tweet และ Retweet
 แต่ในด้าน Interaction Rate และ Follower Change Rate
 พบว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อย และลดลงจากเดือนที่แล้ว
- PPTV ได้รับ Follower Change Rate และ Interaction Rate
 สูงที่สุด อีกทั้งยังได้รับ Engagement สูง จากการโพสต์ข่าว
 ดารา และศิลปิน



ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับสื่อมากที่สุดของเดือน

1



1,810 Mentions

@littlemy_Yu

https://twitter.com/littlemy_Yu

2



882 Mentions

@irine19_BKK

https://twitter.com/irine19_BKK

3



663 Mentions

@ka_mung

https://twitter.com/ka_mung

4

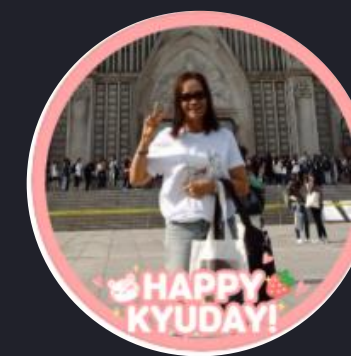


544 Mentions

@KingsReporter

<https://twitter.com/KingsReporter>

5



522 Mentions

@nun109

<https://twitter.com/nun109>