

New Media Statistics

June 1-30, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

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



METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-30 Jun 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

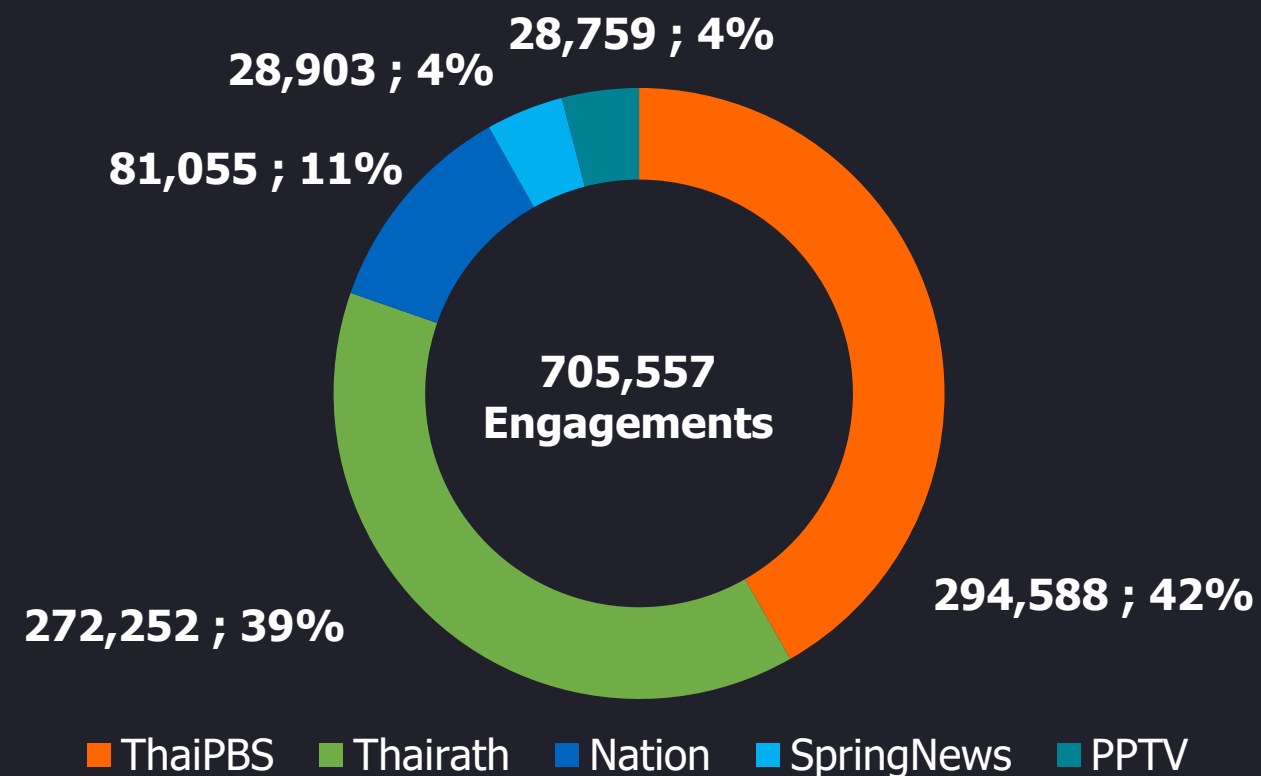
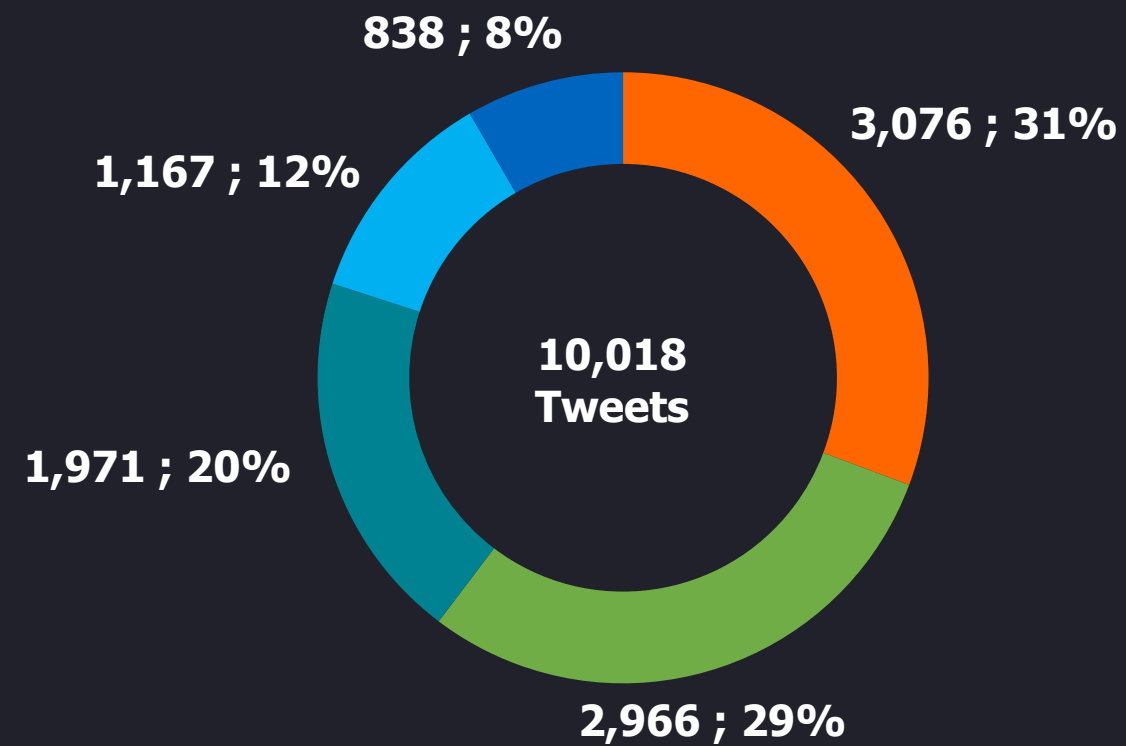
สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 30 มิ.ย. 63 : **2,868,777 Followers** (+ 4,071)

มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS
มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

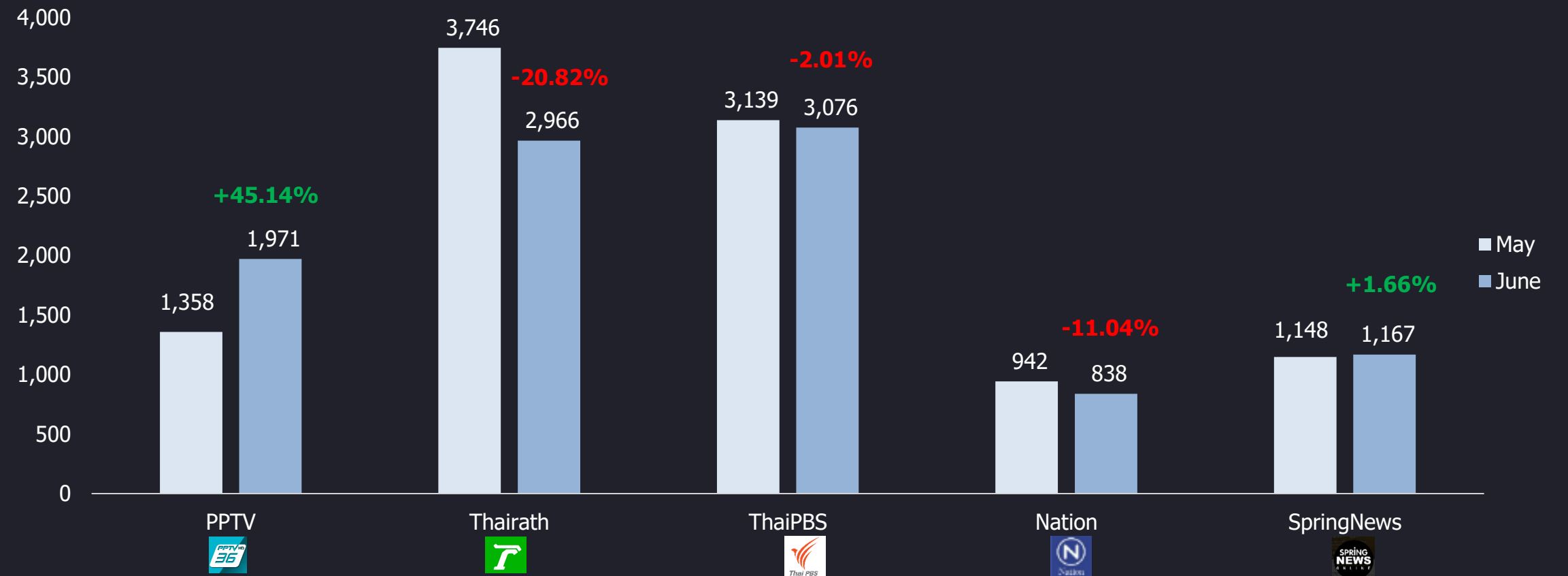
NO.	USERNAME			Jun 20	May 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	3,393,520	3,377,705	+0.47
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,868,777	2,864,706	+0.14
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,502,760	2,502,638	+0.00
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,743,674	1,743,781	-0.01
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,475,929	1,476,220	-0.02
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	866,531	866,247	+0.03
7		MatichonOnline	มติชน	841,629	833,935	+0.92
8		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	795,069	785,207	+1.26
9		Ktnewsonline	กรุงเทพธุรกิจ	771,506	770,266	+0.16
10		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	468,525	466,235	+0.49
11		FM100.5	FM100.5	439,059	439,071	-0.00
12		MCOT_Digital	MCOT	357,860	357,872	-0.00

NO.	USERNAME			Jun 20	May 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	340,404	338,926	+0.44
14		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	326,387	321,289	+1.59
15		TNNTThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	282,301	281,297	+0.36
16		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	244,007	243,520	+0.20
17		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	246,949	245,432	+0.62
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	231,662	229,074	+1.13
19		OneHDThailand	วันชาแนล	204,069	201,050	+1.50
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	143,574	140,602	+2.11
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	111,145	110,667	+0.43
22		ThaiCH8	ช่อง 8	54,700	54,196	+0.93
23		ThaiTV5	ททบ.5	22,262	22,303	-0.18
24		mono_group	โมโน	404	405	-0.25

ภาพรวมการทวิตในแต่ละสื่อ



No. of tweets

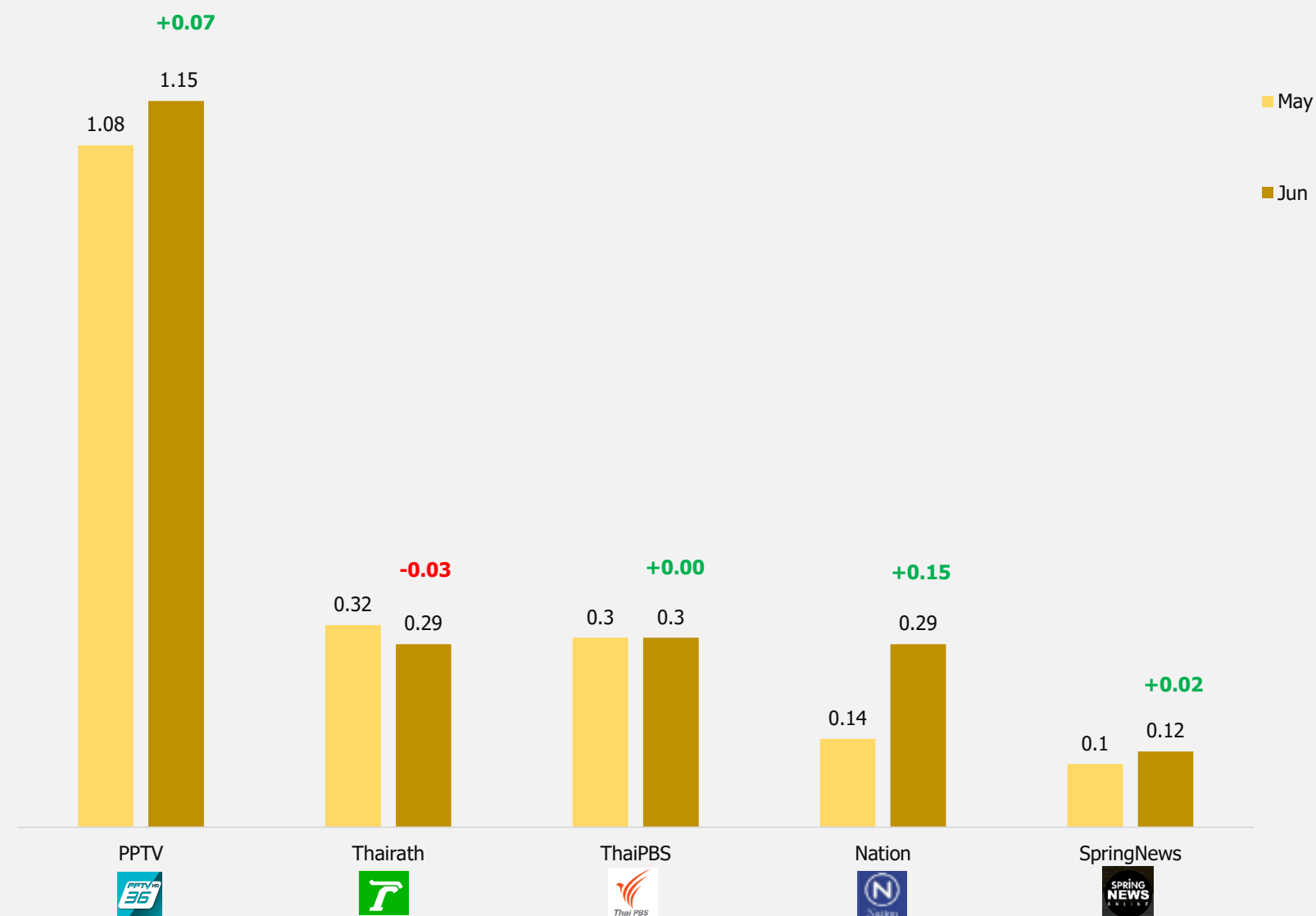


KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีการทวิต 3,076 ทวิต (294,588 engagements) ลดลงจากเดือนก่อนหน้า 63 ทวิต คิดเป็น 2.01% แบ่งเป็นการรีทวิตจากผู้สื่อข่าว/รายการ 245 ทวิต (48,128 engagements) โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 15 มิ.ย. จำนวน 117 ทวิต
- **Thairath** : มีการทวิต 2,966 ทวิต (272,252 engagements) ซึ่งลดลงจากเดือนก่อนหน้า 780 ทวิต คิดเป็น 20.82% โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 30 มิ.ย. จำนวน 147 ทวิต

ประสิทธิภาพทวิตในแต่ละสื่อ

ประสิทธิภาพของทวิตแต่ละสื่อ



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

KEY FINDING

ThaiPBS : ประสิทธิภาพของทวิตอยู่ที่ 0.3 ซึ่งเท่ากับเดือนที่ผ่านมา โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ องค์การด้านสิทธิมนุษยชนต่างออกมาเรียกร้องให้เร่งติดตามและสอบสวนกรณีนายวันเฉลิมหายตัวไป แต่ทางการไทย และกัมพูชา กลับปฏิเสธเรื่องนี้เด็ดขาด (8,642 engagements)

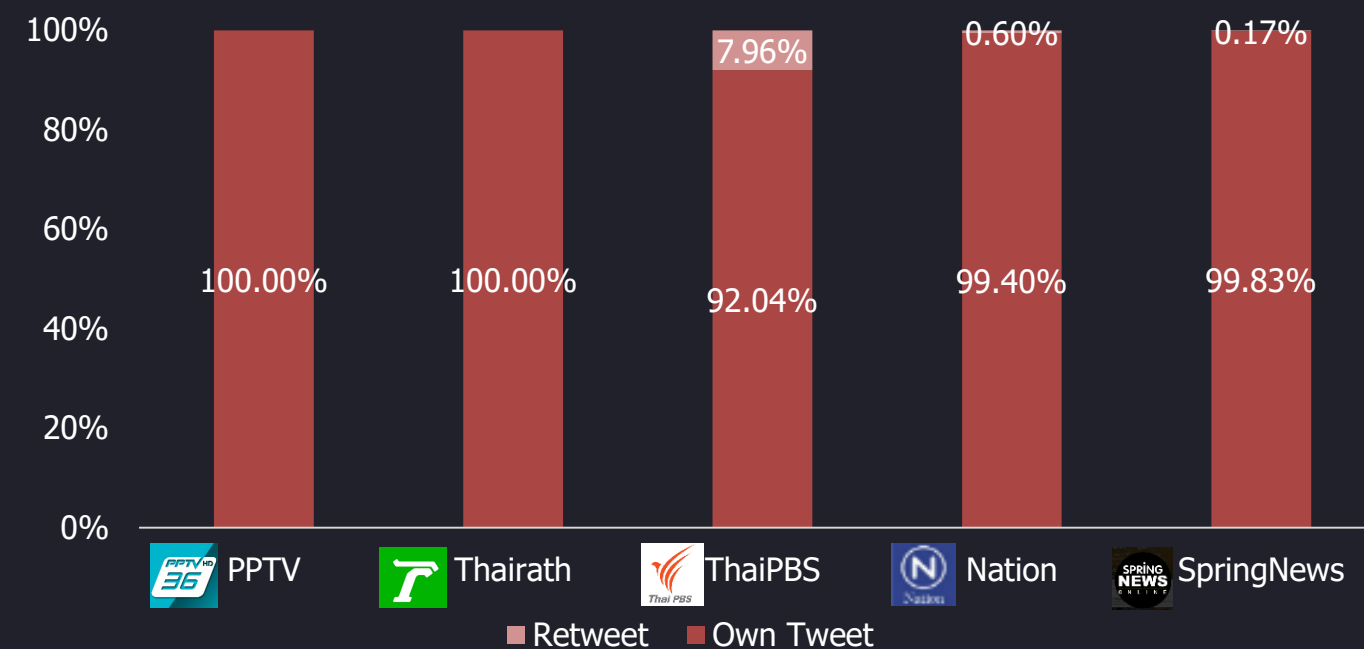
PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 0.07 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ “แบบแถม GOT7” อวดกลั้มแขนอย่างเท่ แต่ถูกแฟนคลับแซวอย่างน่าเอ็นดู (3,936 engagements)

Thairath : เป็นเพียงสำนักข่าวเดียวที่มีประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.03 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ สาวเจ้าของกระโปรงเลอะประจำเดือน เปิดใจจะฟ้องเรียกค่าเสียหายกลุ่มวัยรุ่นแอบถ่ายเท่าจำนวนยอดวิว หรือราว ๆ 5 แสนบาท เผยได้เงินมาจะเอาไปบริจาคองค์กรการกุศลในจังหวัดกระบี่ (46,066 engagements)

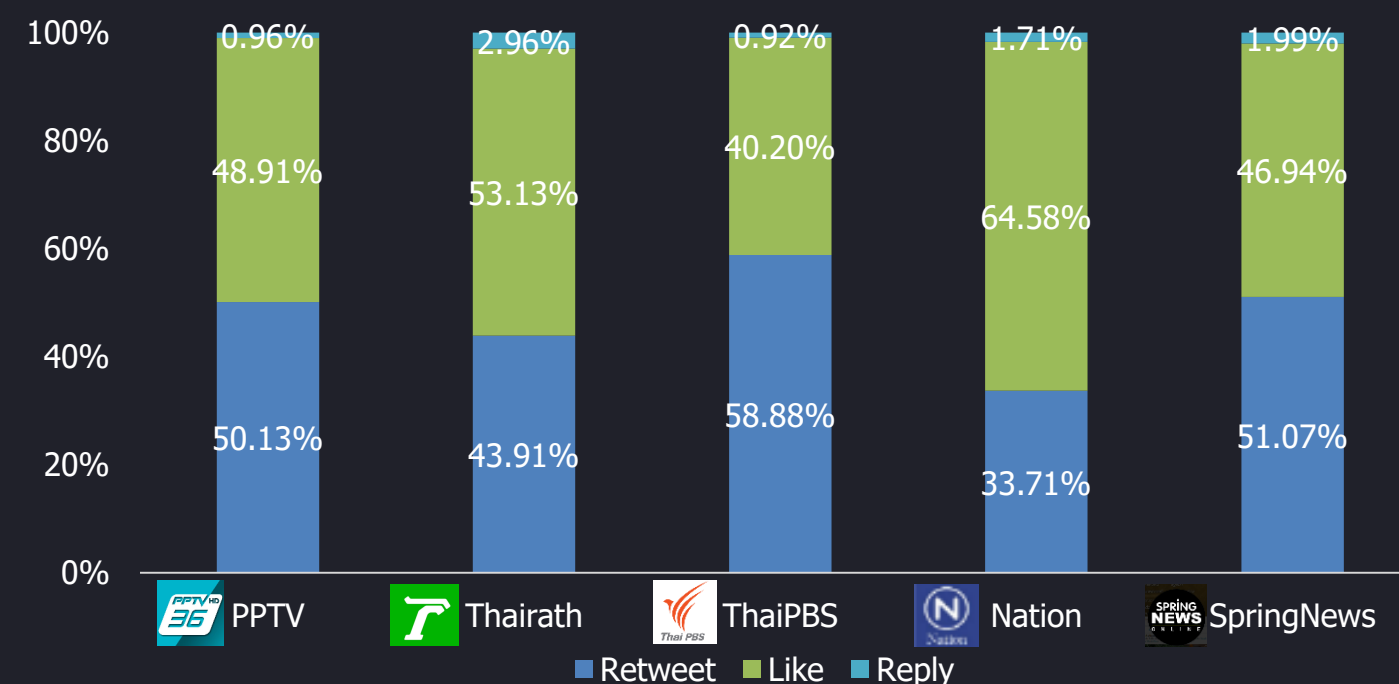


Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละสื่อ

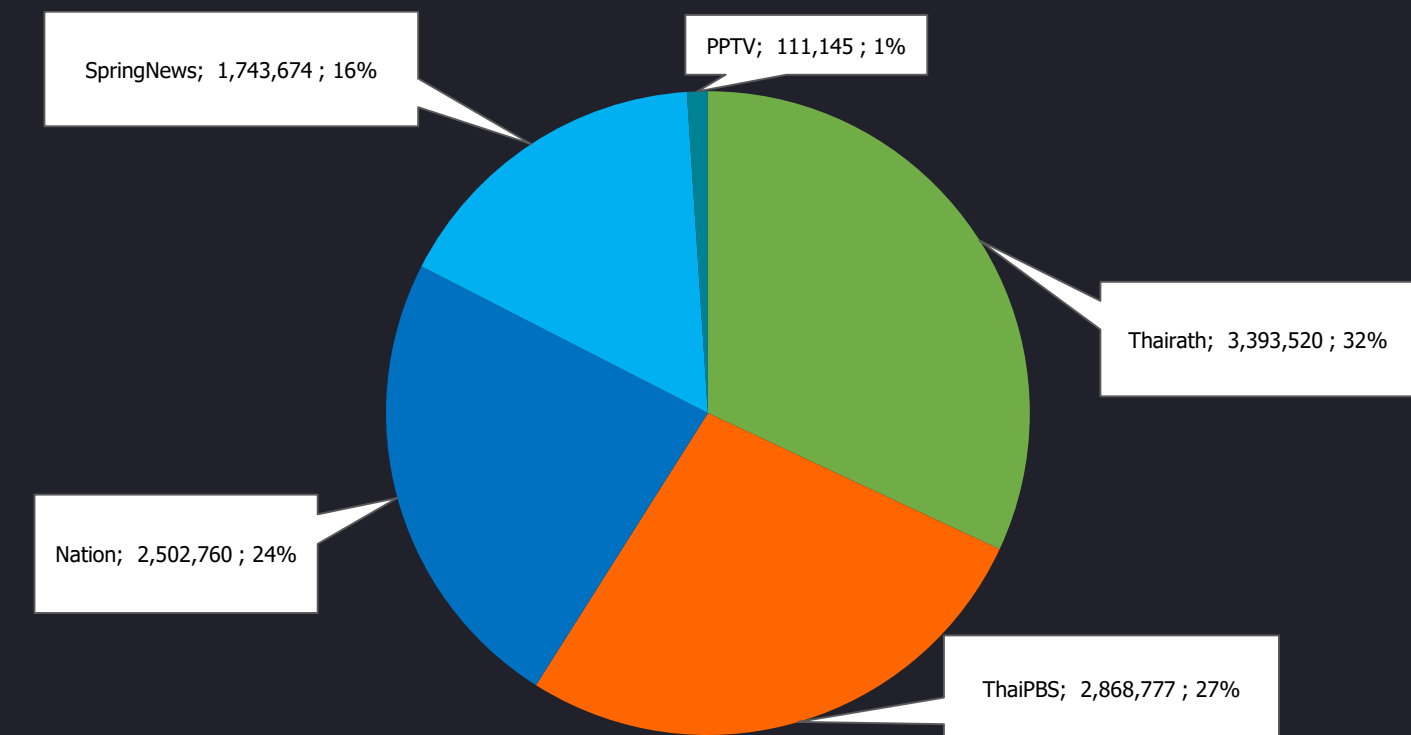
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละสื่อ



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วมในแต่ละสื่อ



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละสื่อ



KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Own Tweet เองเป็นหลักเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีการทวิต 245 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก ThaiPBS สูงสุด คือ @ThaiPBSSciTech (86 tweets) และ @ThaiPBSPodcast (68 tweets) และในด้านผู้ติดตาม มีจำนวน 2,868,777 followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

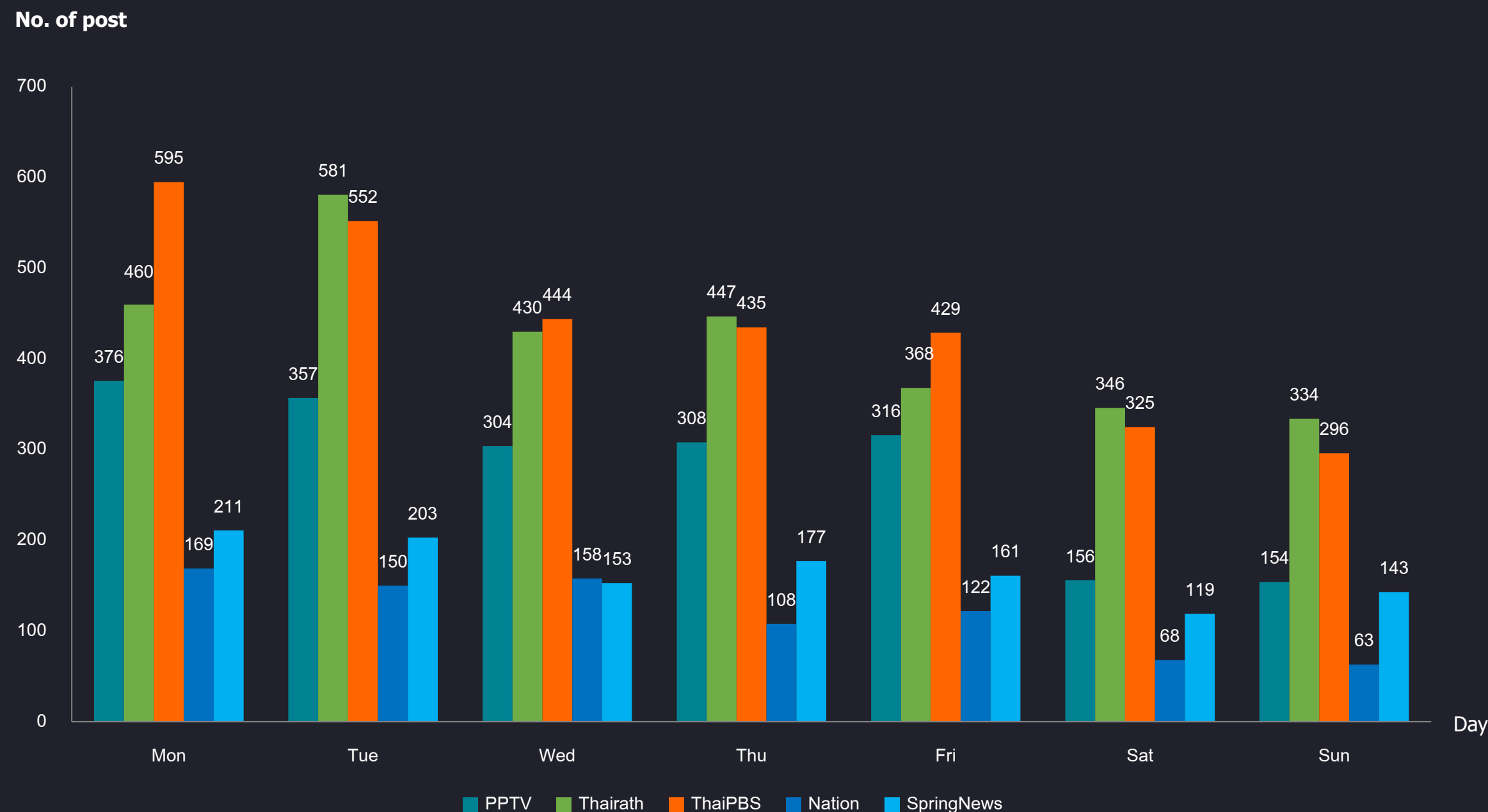
Thairath : ทั้งหมดมาจากการทวิตประเภท Own Tweet และในด้านผู้ติดตาม Thairath ยังมีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุด

Nation : มีการทวิต 5 tweets โดยเป็นการทวิตจาก Account @NationTV22 (4 tweets) ซึ่งเป็นการทวิตเกี่ยวกับข่าวบันเทิง

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสัปดาห์

KEY FINDING

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณทวีตของ 5 สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)



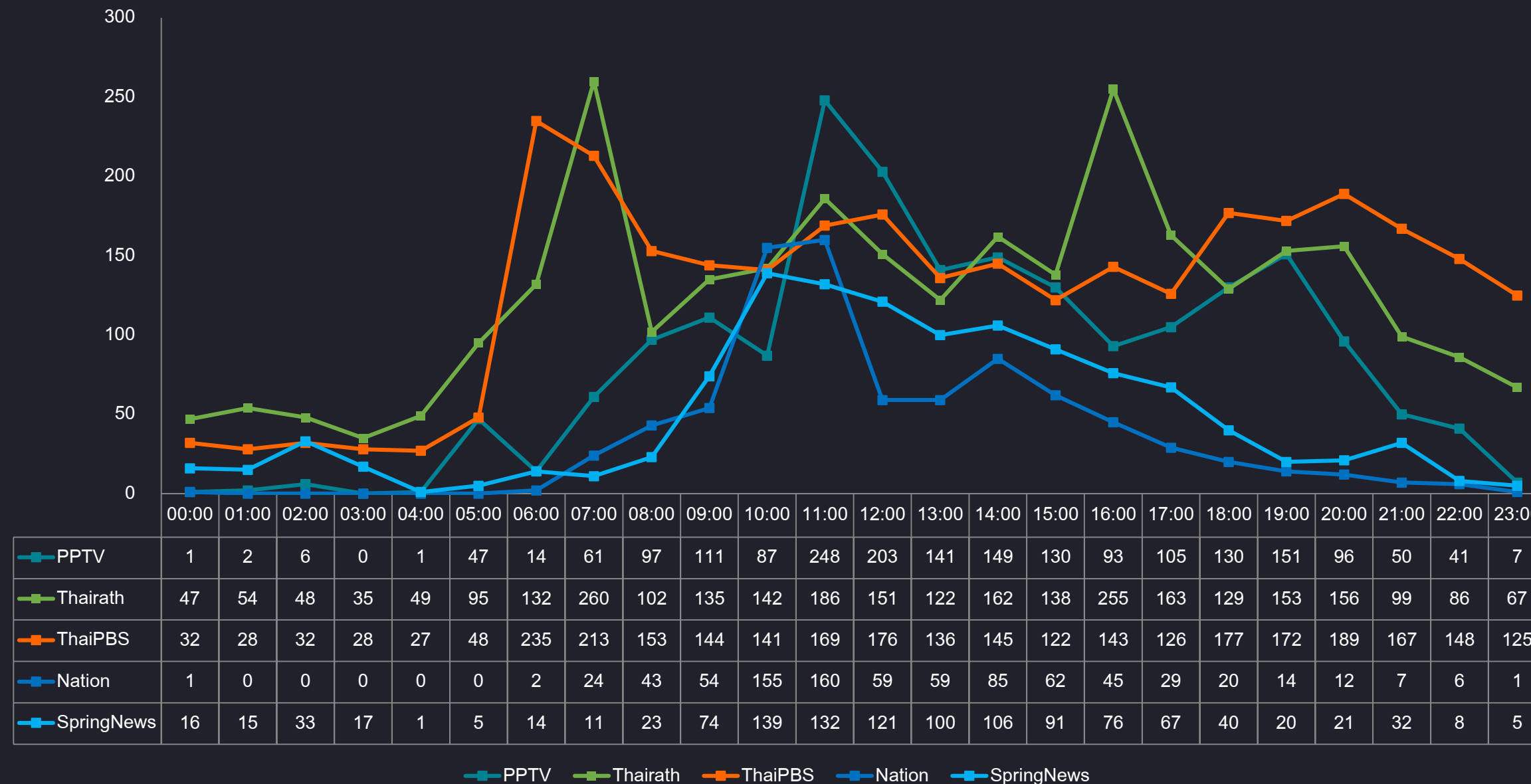
- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูงในช่วงวันจันทร์
- ThaiPBS** : มีการทวีตสูงสุดในวันจันทร์ ซึ่งทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ อธิปไตยกรรมสรรพากร เตรียมตรวจสอบเงินบริจาค “ฌอน” หลังจากมีการยื่นแบบรายได้ประจำปีแล้ว และยังไม่ชัดว่าจะยกเว้นภาษีได้ หากนำเงินบริจาคไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ (2,159 engagements)
- Thairath** : มีการทวีตสูงสุดในวันอังคาร โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ นารักก็ได้ เข้มขี้ไก่โดนใจ #เนเน่ กระแสมาแรง เซ็นเตอร์เพลง Lost in Me ในรายการ #CHUANG2020 (2,125 engagements)
- PPTV** : มีการทวีตสูงสุดในวันจันทร์ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ใครเจอแม่หนูบ้าง! 6 ปีไร้ร่องรอย 2 พ่อลูกพลิกแผ่นดินตามหา “แม่” เผยเรื่องราวสุดซึ้ง (121 engagements)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสื่อ

KEY FINDING

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

Engagement



- **ThaiPBS** : มีจำนวนการทวีตสูงสุดช่วง 06.00 น. โดยมาจากทวีตรายการทันข่าวเด่น (113 tweets, 4,302 engagements) และวันใหม่ไทยพีบีเอส (53 tweets, 11,953 engagements)
- **Thairath** : จำนวนทวีตสูงสุดในช่วงเวลา 07.00 น. โดยข่าวที่ได้ Engagement สูงสุด คือ ห้างสรรพสินค้าหลายแห่งในกรุงปักกิ่งหยุดขาย ปลาแซลมอน หลังมีรายงานพบไวรัสโคโรนา-19 บนเชียงใหม่ปลาแซลมอน ในตลาดชินฟาดี้ ซึ่งกลายเป็นแหล่งพบผู้ติดเชื้อแห่งใหม่ (10,650 engagements) และยังมีการทวีตข่าวหน้า 1 (54 tweets, 2,721 engagements) และดวงประจำวัน (29 tweets, 2,255 engagements)

ข่าวหน้า 1

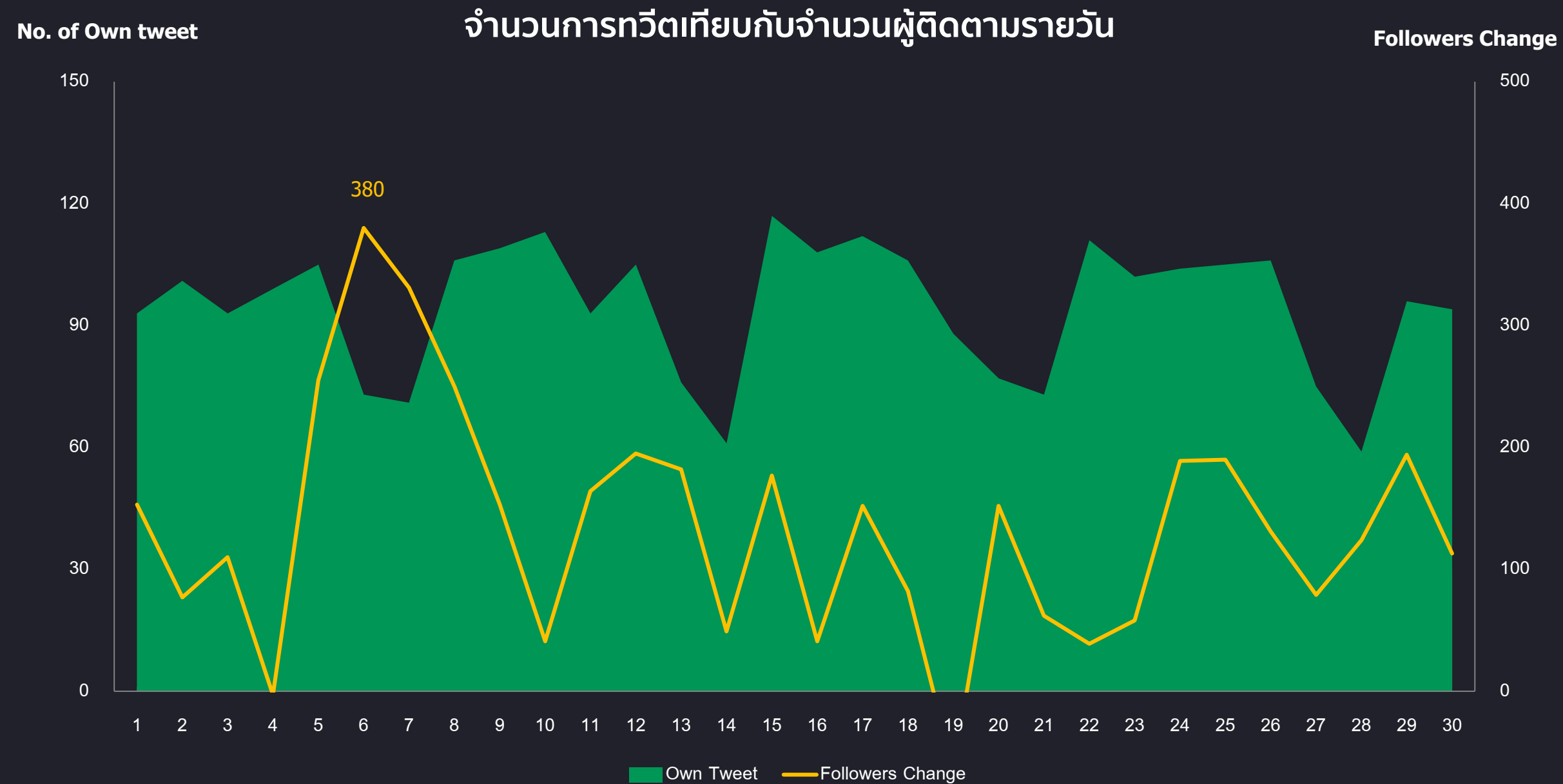


ดวงประจำวัน



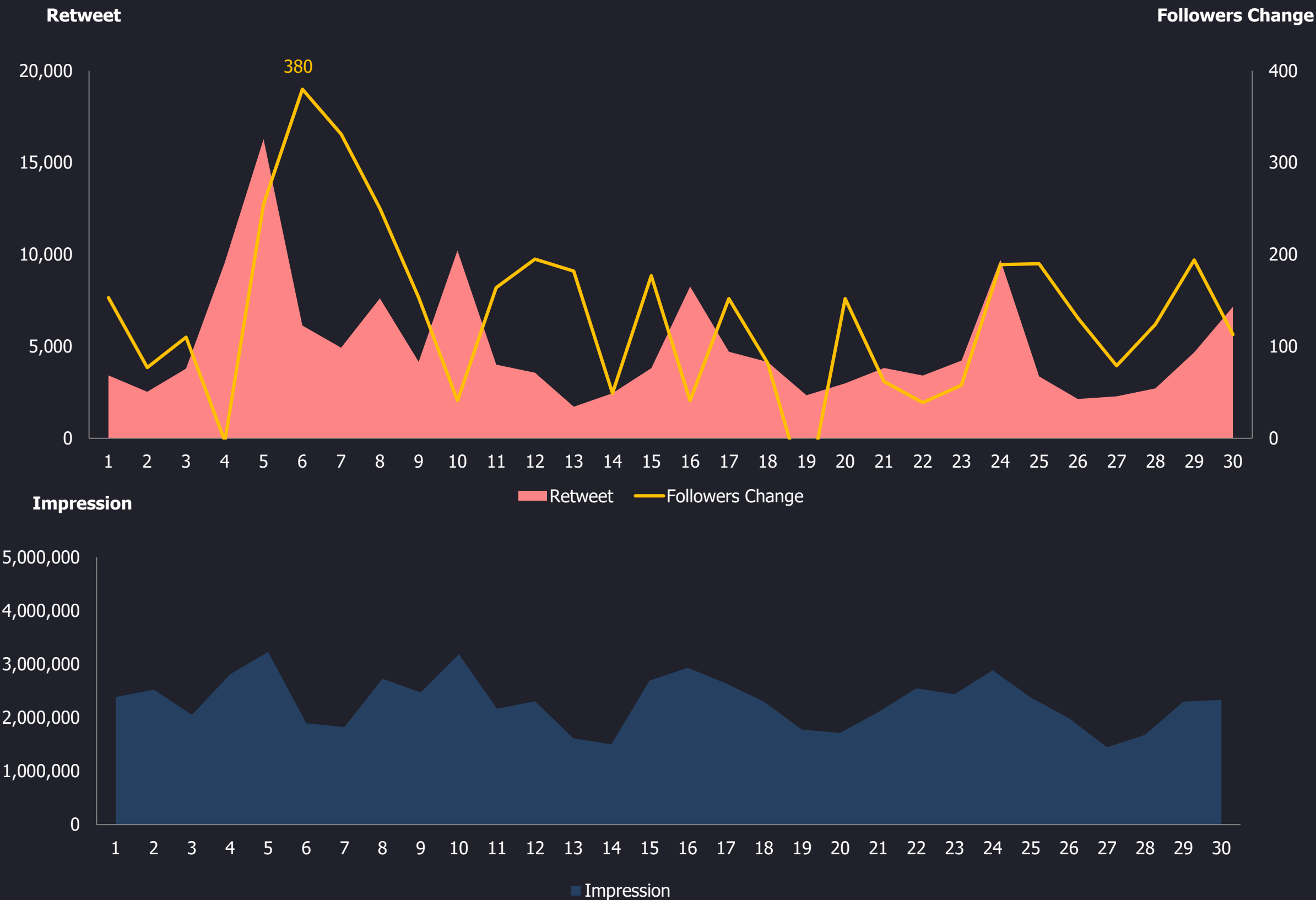
จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

KEY FINDING



- ช่วงวันที่ 6 มิ.ย. จำนวน Follower เพิ่มสูงสุดถึง 380 followers โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ แอมเนสตี้ฯ เรียกร้องกัมพูชาสืบสวนกรณี "วันเฉลิม สัตย์ศักดิ์สิทธิ์" นักกิจกรรมทางการเมือง หายตัวไปในกัมพูชา หากพบตัวแล้วให้สามารถติดต่อ ทนายความ และครอบครัวได้ทันที (4,153 engagements)
- จำนวน Own Tweet ตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 94 tweets : day

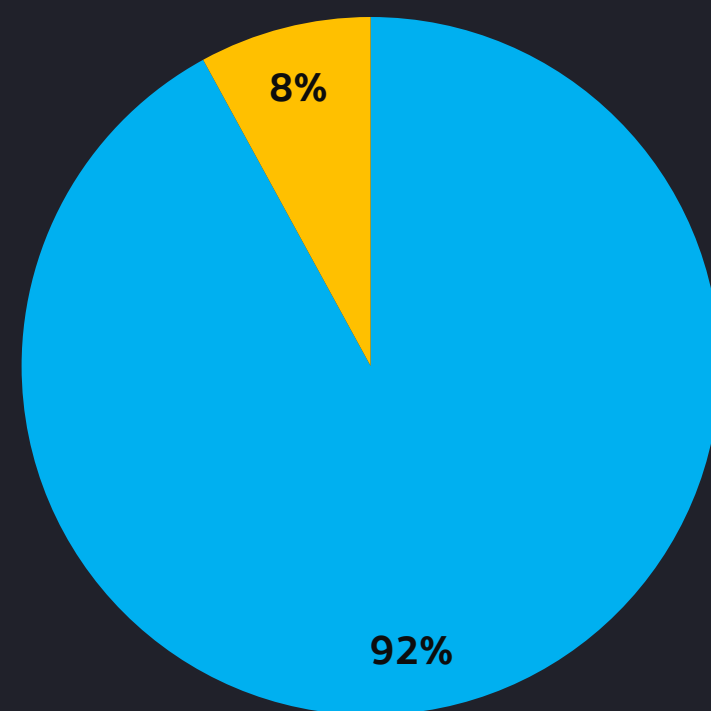
จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impression



KEY FINDING

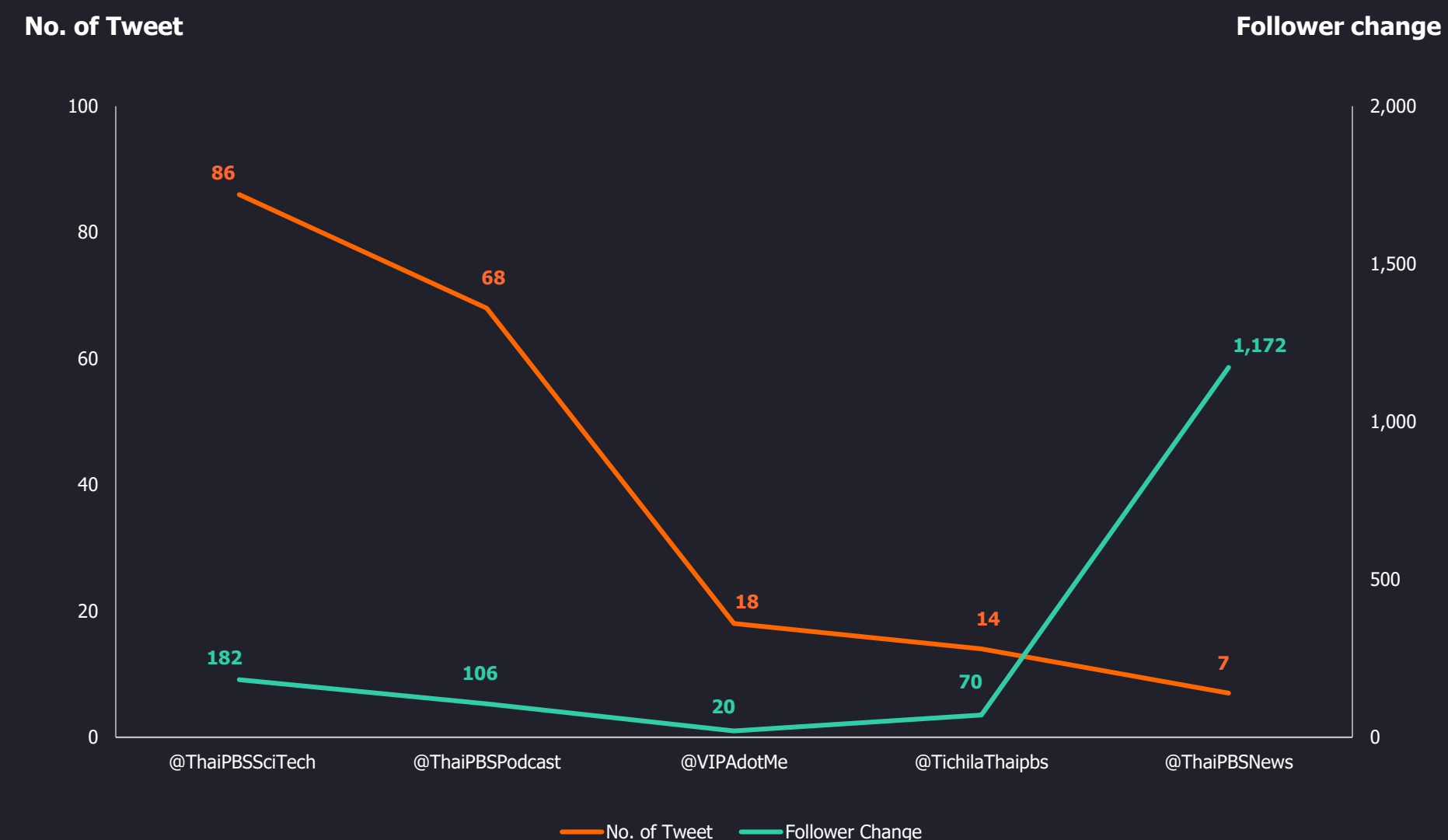
- ช่วงวันที่ 5 มิ.ย. จำนวนรีทวีตสูงสุด จากข่าวองค์กรด้านสิทธิมนุษยชนต่างออกมาเรียกร้องให้เร่งติดตาม และสอบสวนกรณีนายวันเฉลิมหายตัวไป แต่ทางการไทย และกัมพูชา กลับปฏิเสธเรื่องนี้ (7,064 RTs)
- ช่วงวันที่ 5 มิ.ย. ได้รับ Impression สูงสุด จำนวน 3,228,666 โดยมาจากทวิต "นี่คือภาพถ่ายจากยอดตึกใบหยก 2 แสดงให้เห็นถึงบรรยากาศยามเย็นที่มีท้องฟ้ามีดครึ้ม แต่ก็ก็มีก้อนเมฆที่มีริ้วเด่นตัดขึ้นมาเช่นกัน #ShotOfTheDay" (579,733 impressions)

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น
(ผู้สื่อข่าว, ทวิตเตอร์รายการ)

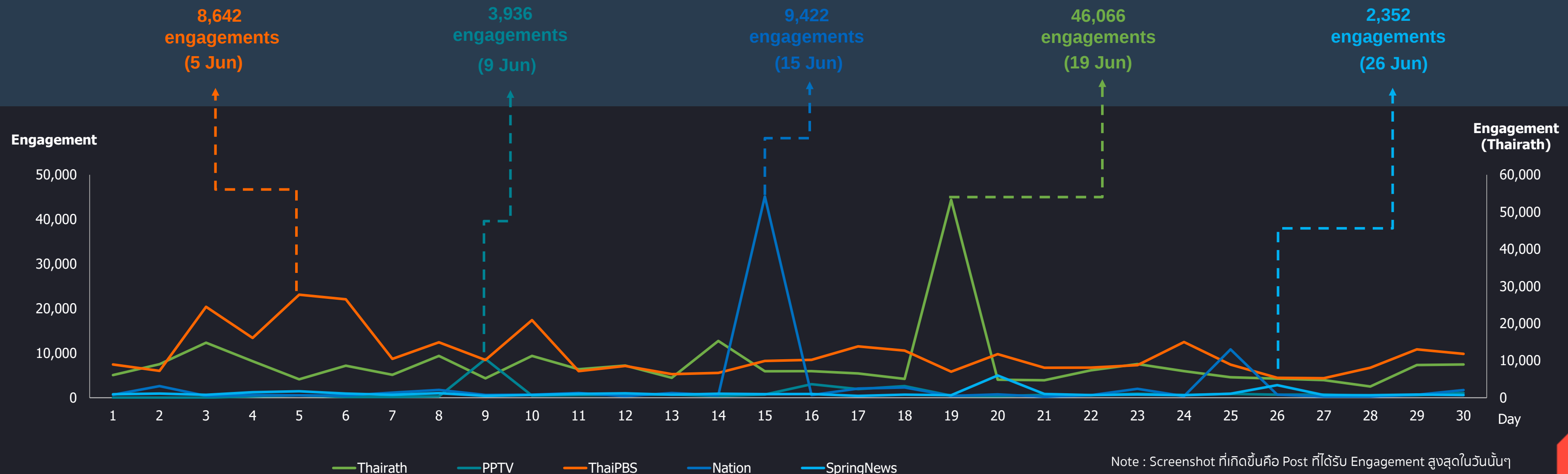
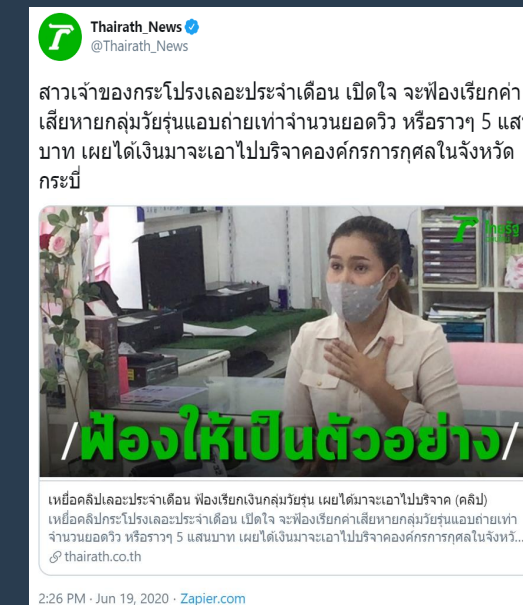


■ ข้อความที่ทวิตเอง ■ ทวิตจากผู้อื่น

5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละสื่อ



3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของแบรนด์องค์กร

1



7,064 RTs

2



5,091 RTs

3



3,614 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



1,932 RTs

2



1,136 RTs

3



272 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



178.7K Views

2



138.4K Views

3



87.3K Views



3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

579,733



2

398,464

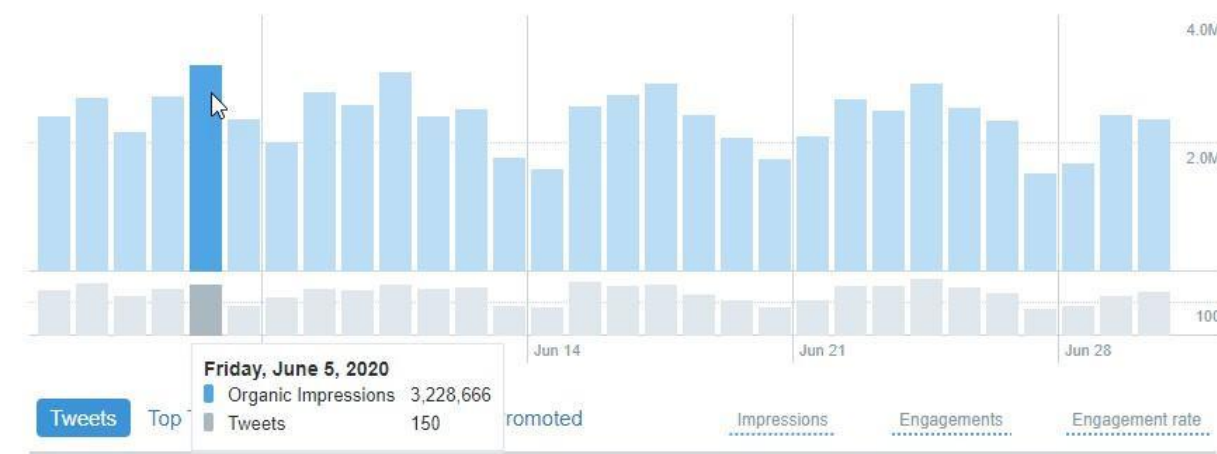


3

383,836

Tweet activity

Your Tweets earned 72.3M impressions over this 30 day period



<< ภาพรวมเดือน มิ.ย. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 72.3 ล้านครั้ง ซึ่งลดลงจากเดือนก่อนถึง 11.1 ล้านครั้ง โดยสูงสุดวันที่ 5 มิ.ย. ถูกมองเห็นจำนวน 3.2 ล้านครั้ง จาก 150 ทวิต โดยมาจากทวิต “นี่คือภาพถ่ายจากยอดตึกใบหยก 2 แสดงให้เห็นถึงบรรยากาศยามเย็นที่มีท้องฟ้ามีดครึ้ม แต่ก็มีก้อนเมฆที่มีริ้วเด่นตัดขึ้นมาเช่นกัน #ShotOfTheDay” (Impression = 579,733)

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

1



4.7K Views

2



4.3K Views

3



3.7K Views

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

1



559 Views

2



697 Views

3



697 Views

3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มี การมีส่วนร่วม (Engagement) มากที่สุด

1



8,642 engagements

2



4,482 engagements

3



3,925 engagements

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



37,397 RTs



9,593 RTs



3,997 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรินด์องค์กรและพลข.)



6,820 RTs



4,112 RTs



1,572 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



2,106 RTs



406 RTs



344 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



2,165 RTs

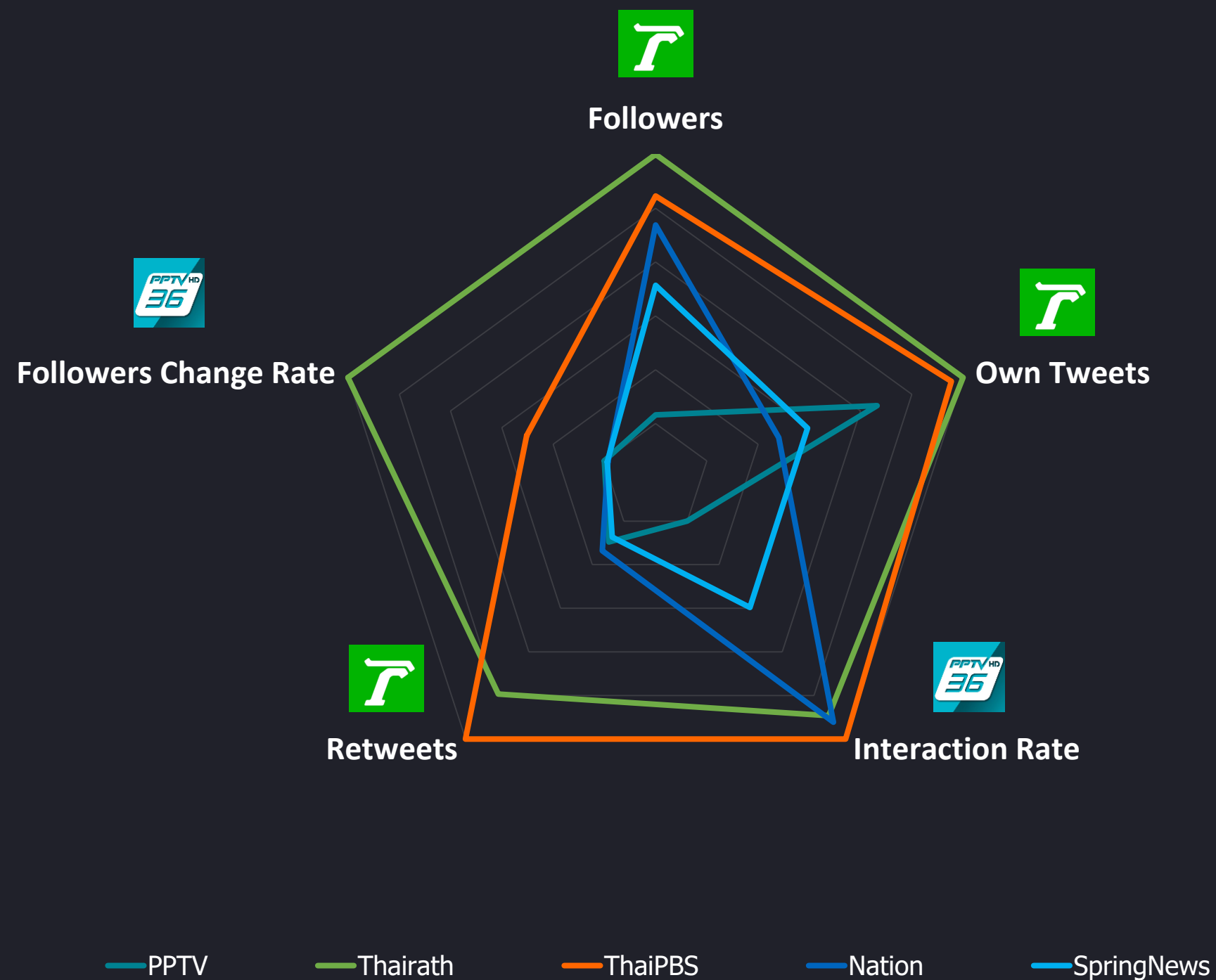


1,566 RTs



1,415 RTs

ประสิทธิภาพของสื่อในแต่ละด้าน



Interaction rate : ประสิทธิภาพของการทวิต
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลง
 ของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower: จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
Own tweet : จำนวนทวิตทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

Strength

Follower : 2,868,777

Own Tweet : 2,831

Interaction Rate : 100%

Retweet : 139,096

Weakness

Followers Change Rate : 30.27%

Key Finding

- ในเดือนนี้ ThaiPBS ค่อนข้างมีประสิทธิภาพดีในด้าน Followers ,Own Tweets, Interaction Rate และ Retweets แต่ในด้าน Follower Change Rate พบว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อย
- ในเดือนนี้ ThaiPBS มีการทวิตรวมสูงสุด และได้รับ Engagement มากที่สุด



ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับสื่อมากที่สุดของเดือน

1



1,046 Mentions

@littlemy_Yu

https://twitter.com/littlemy_Yu

2



964 Mentions

@irine19_BKK

https://twitter.com/irine19_BKK

3



372 Mentions

@ka_mung

https://twitter.com/ka_mung

4



294 Mentions

@teukyu1003

<https://twitter.com/teukyu1003>

5



272 Mentions

@PPRP_Unofficial

https://twitter.com/PPRP_Unofficial