

# New Media Statistics

July 1-31, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

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



# METHODOLOGY

## CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-31 Jul 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 ก.ค. 63 : **2,876,668 Followers** (+ 7,891)

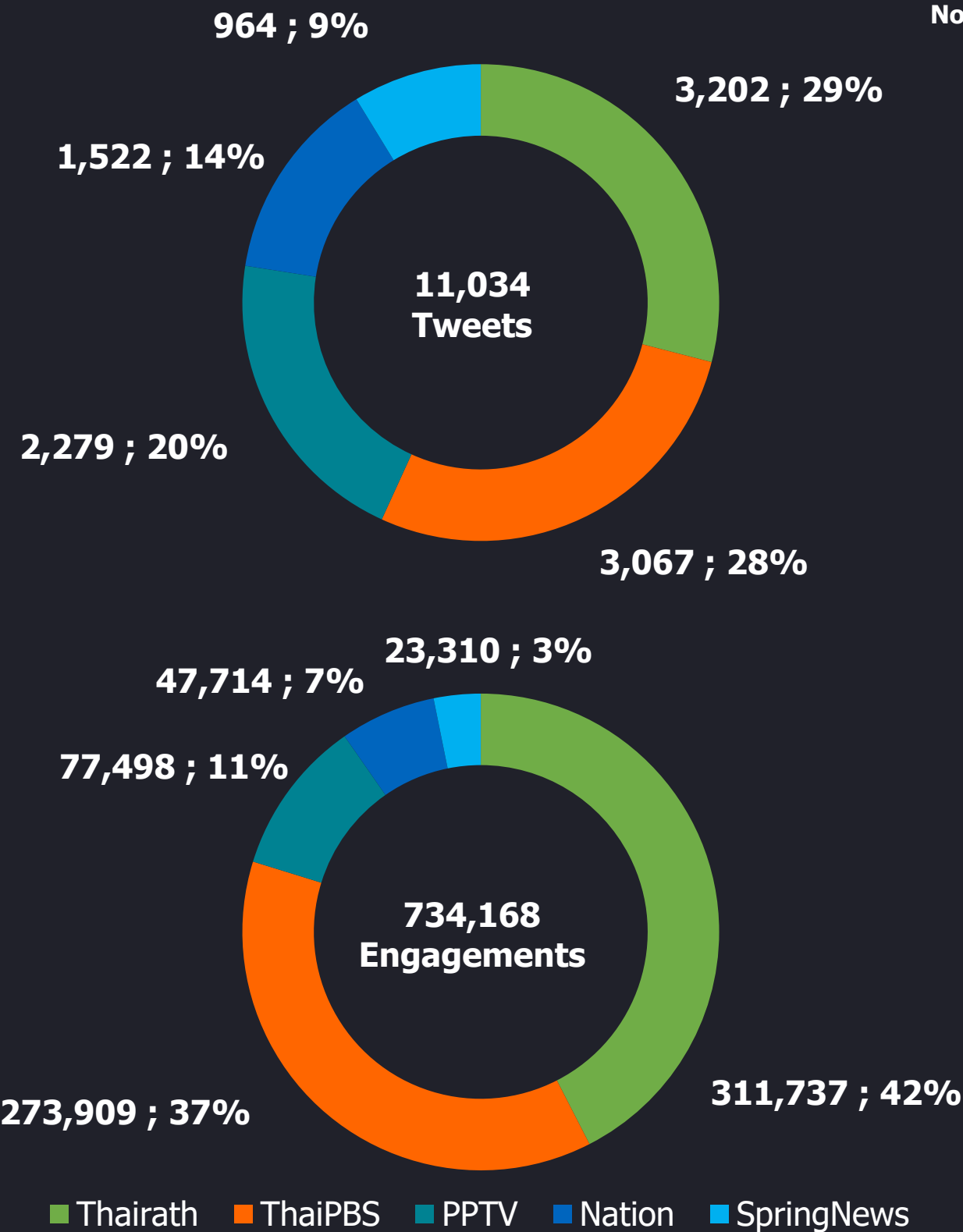
มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS

มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

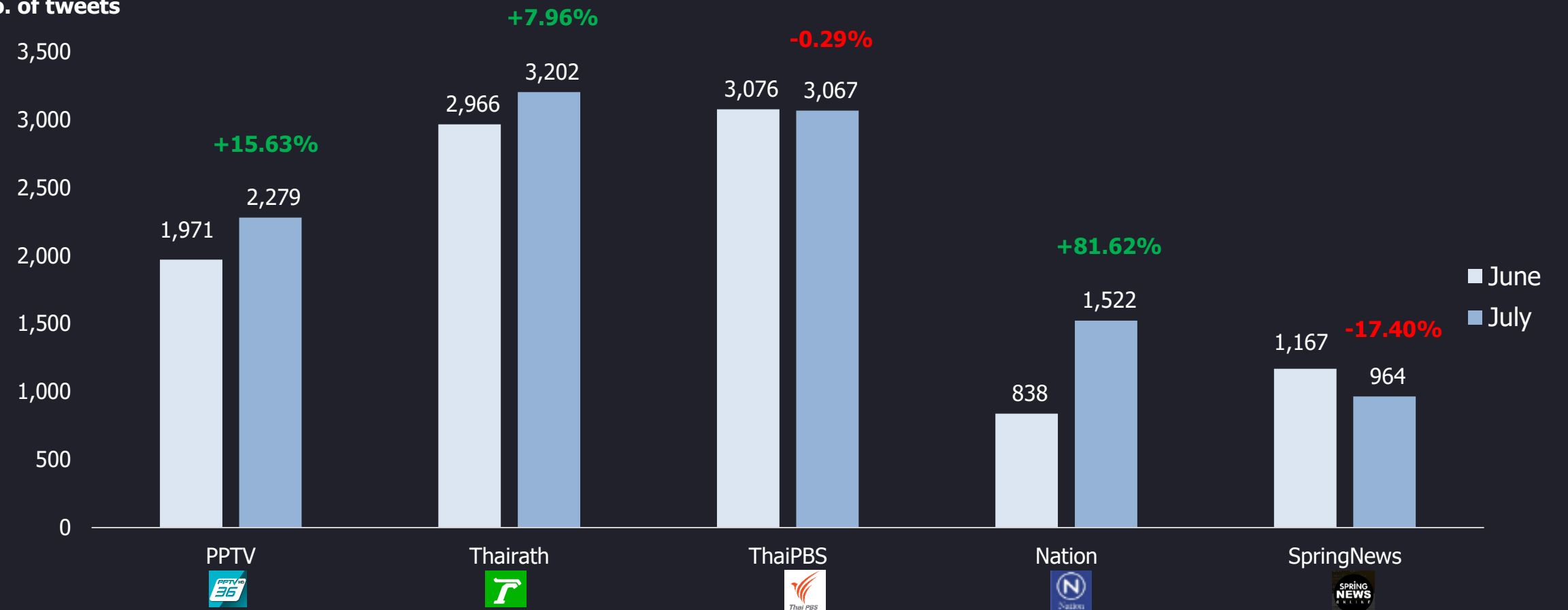
| NO. | USERNAME |                |                 | Jul 20    | Jun 20    | เพิ่มขึ้น /<br>ลดลง (%) |
|-----|----------|----------------|-----------------|-----------|-----------|-------------------------|
| 1   |          | Thairath_News  | ไทยรัฐ นิวส์    | 3,411,292 | 3,393,520 | +0.52                   |
| 2   |          | ThaiPBS        | ไทยพีบีเอส      | 2,876,668 | 2,868,777 | +0.28                   |
| 3   |          | NationTV22     | เนชั่นทีวี      | 2,504,151 | 2,502,760 | +0.06                   |
| 4   |          | SpringNewsTV   | สปริงนิวส์ทีวี  | 1,744,642 | 1,743,674 | +0.06                   |
| 5   |          | Nnanews        | สำนักข่าวเนชั่น | 1,476,253 | 1,475,929 | +0.02                   |
| 6   |          | BBTVChannel7   | ช่อง 7          | 867,883   | 866,531   | +0.16                   |
| 7   |          | MatichonOnline | มติชน           | 849,164   | 841,629   | +0.90                   |
| 8   |          | Voice_TV       | วอยซ์ทีวี       | 805,831   | 795,069   | +1.35                   |
| 9   |          | Ktnewsonline   | กรุงเทพธุรกิจ   | 773,422   | 771,506   | +0.25                   |
| 10  |          | DailyNewsTwit  | เดลินิวส์       | 471,694   | 468,525   | +0.68                   |
| 11  |          | FM100.5        | FM100.5         | 439,384   | 439,059   | +0.07                   |
| 12  |          | MCOT_Digital   | MCOT            | 358,082   | 357,860   | +0.06                   |

| NO. | USERNAME |               |               | Jul 20  | Jun 20  | เพิ่มขึ้น /<br>ลดลง (%) |
|-----|----------|---------------|---------------|---------|---------|-------------------------|
| 13  |          | Kom_chad_luek | คม ชัด ลึก    | 341,781 | 340,404 | +0.40                   |
| 14  |          | Thairath_TV   | ไทยรัฐทีวี    | 334,545 | 326,387 | +2.50                   |
| 15  |          | TNNThailand   | ทีเอ็นเอ็น 24 | 283,174 | 282,301 | +0.31                   |
| 16  |          | TNAMcot       | สำนักข่าวไทย  | 248,871 | 246,949 | +0.78                   |
| 17  |          | Innnews       | ไอเอ็นเอ็น    | 244,700 | 244,007 | +0.28                   |
| 18  |          | PostToday     | โพสต์ทูเดย์   | 233,967 | 231,662 | +0.99                   |
| 19  |          | OneHDThailand | วันชาแนล      | 207,279 | 204,069 | +1.57                   |
| 20  |          | Workpoint_Ent | เวิร์คพอยน์   | 146,008 | 143,574 | +1.70                   |
| 21  |          | PPTVThailand  | พีพีทีวี      | 112,706 | 111,145 | +1.40                   |
| 22  |          | ThaiCH8       | ช่อง 8        | 55,711  | 54,700  | +1.85                   |
| 23  |          | ThaiTv5       | ททบ.5         | 22,242  | 22,262  | -0.09                   |
| 24  |          | mono_group    | โมโน          | 402     | 404     | -0.50                   |

# ภาพรวมการทวิตในแต่ละสื่อ



No. of tweets



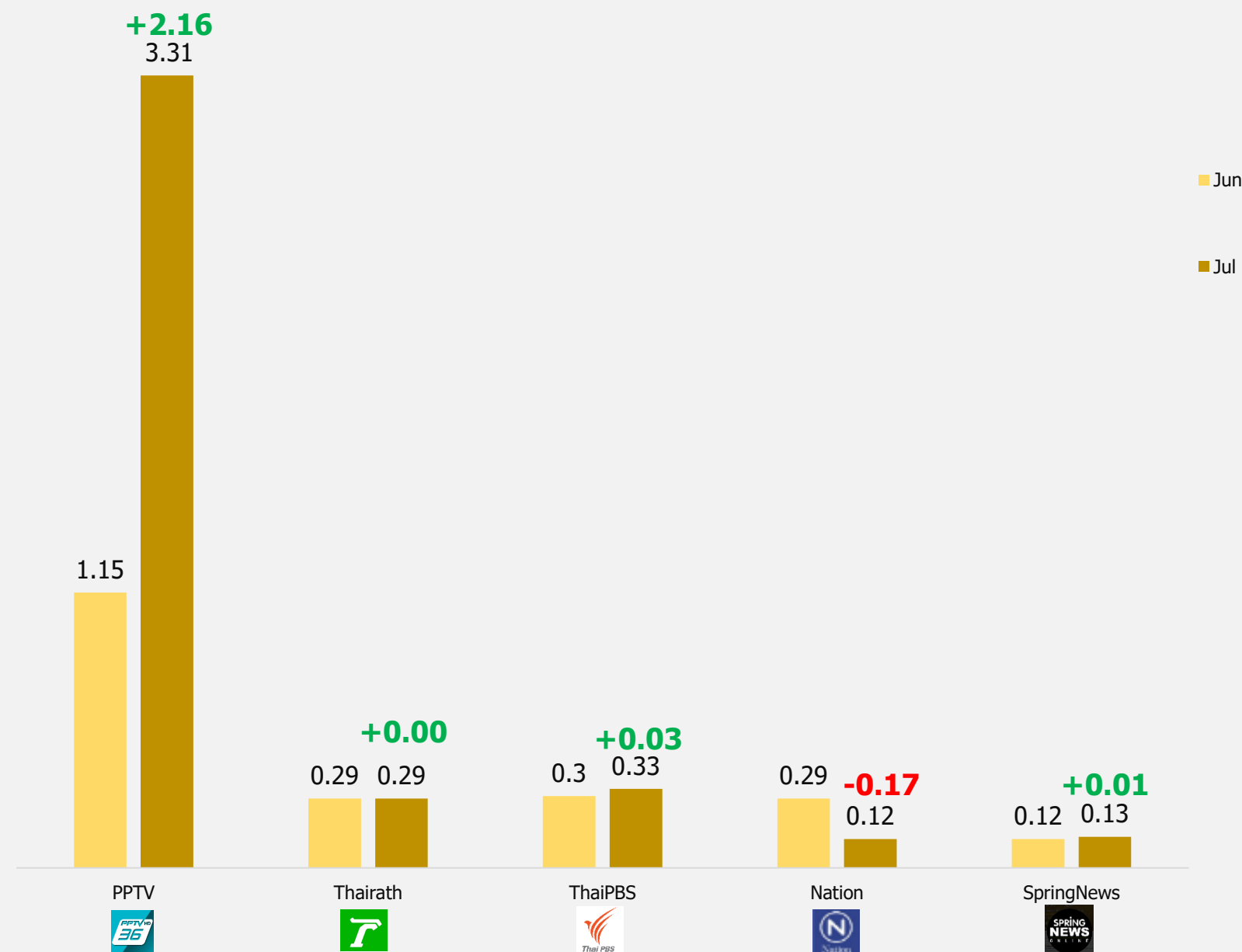
## KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีการทวิต 3,067 ทวิต (273,909 engagements) ลดลงจากเดือนก่อนหน้า 9 ทวิต คิดเป็น 0.29% แบ่งเป็นการรีทวิตจากผู้สื่อข่าว/รายการ 385 ทวิต (27,400 engagements) โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 8 ก.ค. จำนวน 109 ทวิต
- **Thairath** : มีการทวิต 3,202 ทวิต (311,737 engagements) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า 236 ทวิต คิดเป็น 7.96% โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 22 ก.ค. จำนวน 149 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 0.33 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา 0.03 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ยุบสภา ร่างรัฐธรรมนูญใหม่ เสี่ยงตะโกนจากแกนนำกลุ่มเยาวชนปลดแอก และประชาชนในพื้นที่ตะโกนพร้อมกันที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย (13,632 engagements)

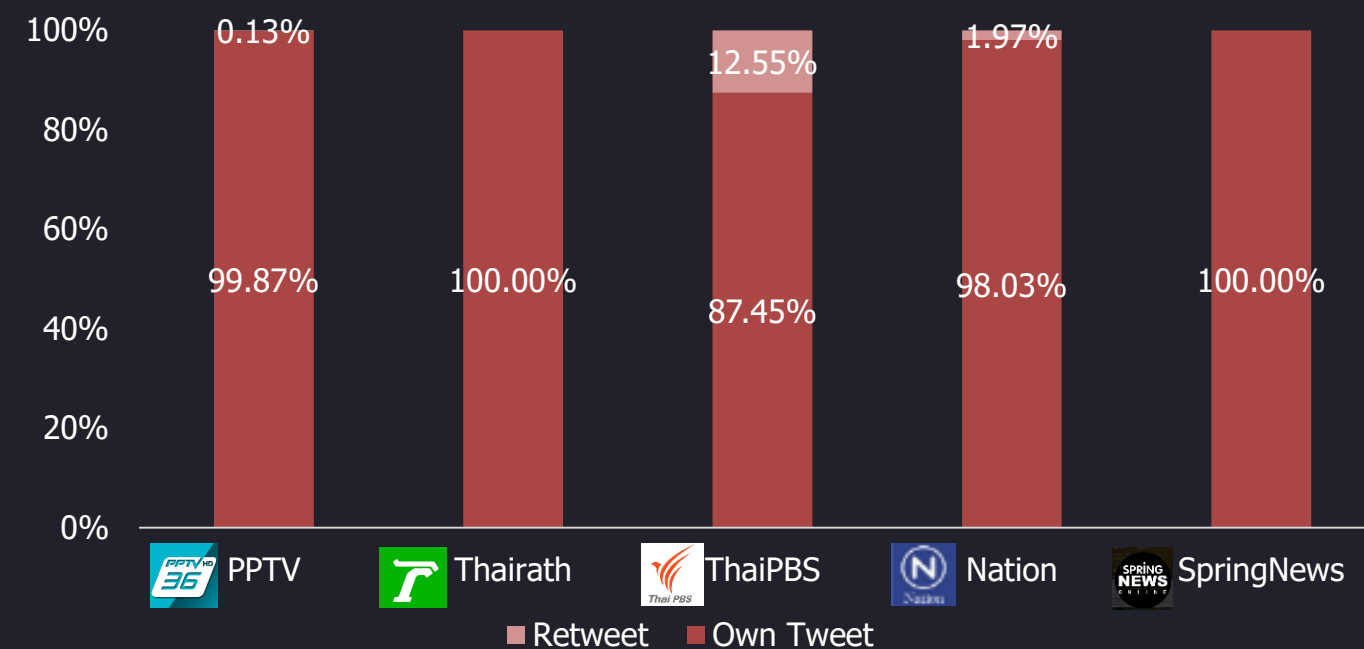
**PPTV :** ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 2.16 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ สมรสเท่าเทียม! ครม.ผ่าน "ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต" แต่งงานไม่จำกัดเพศ (12,190 engagements)

**Nation :** เป็นเพียงสำนักข่าวเดียวที่มีประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.17 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ "ออฟ-กัน-เต-อาร์ม" เทียวเต็มบุญ (4,302 engagements)

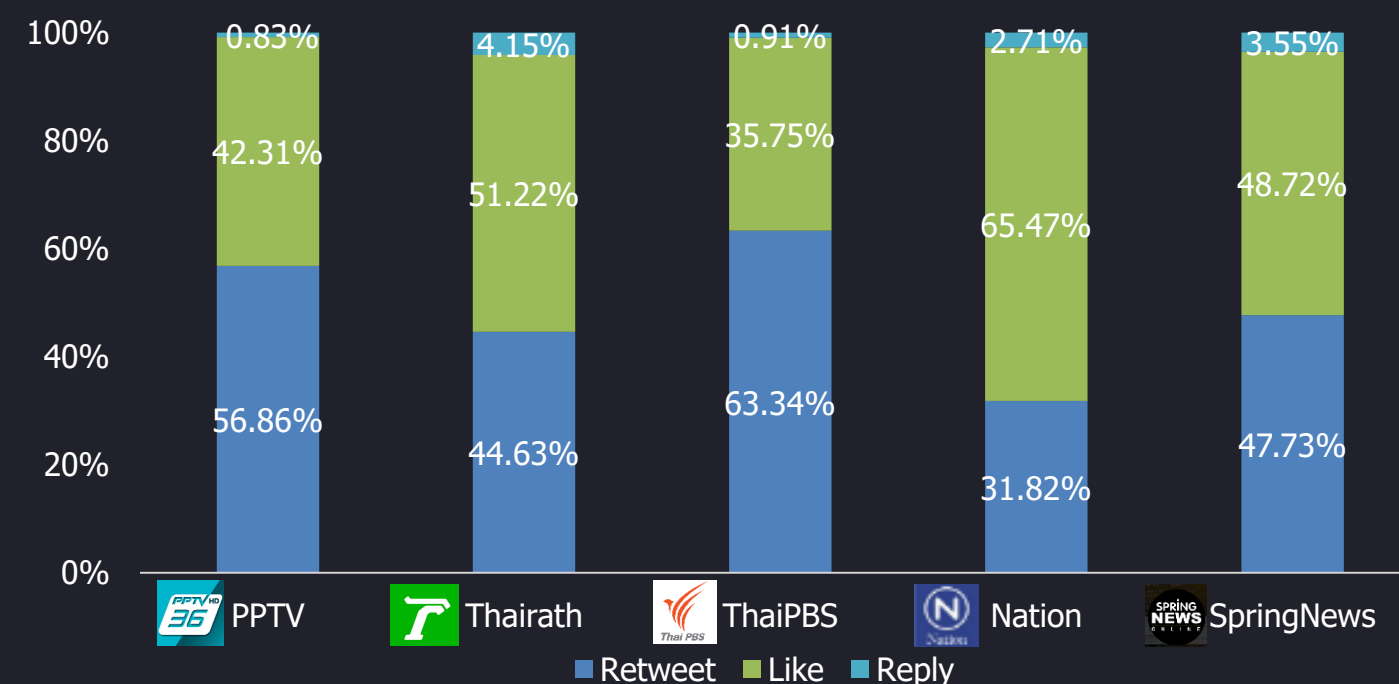


# Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละสื่อ

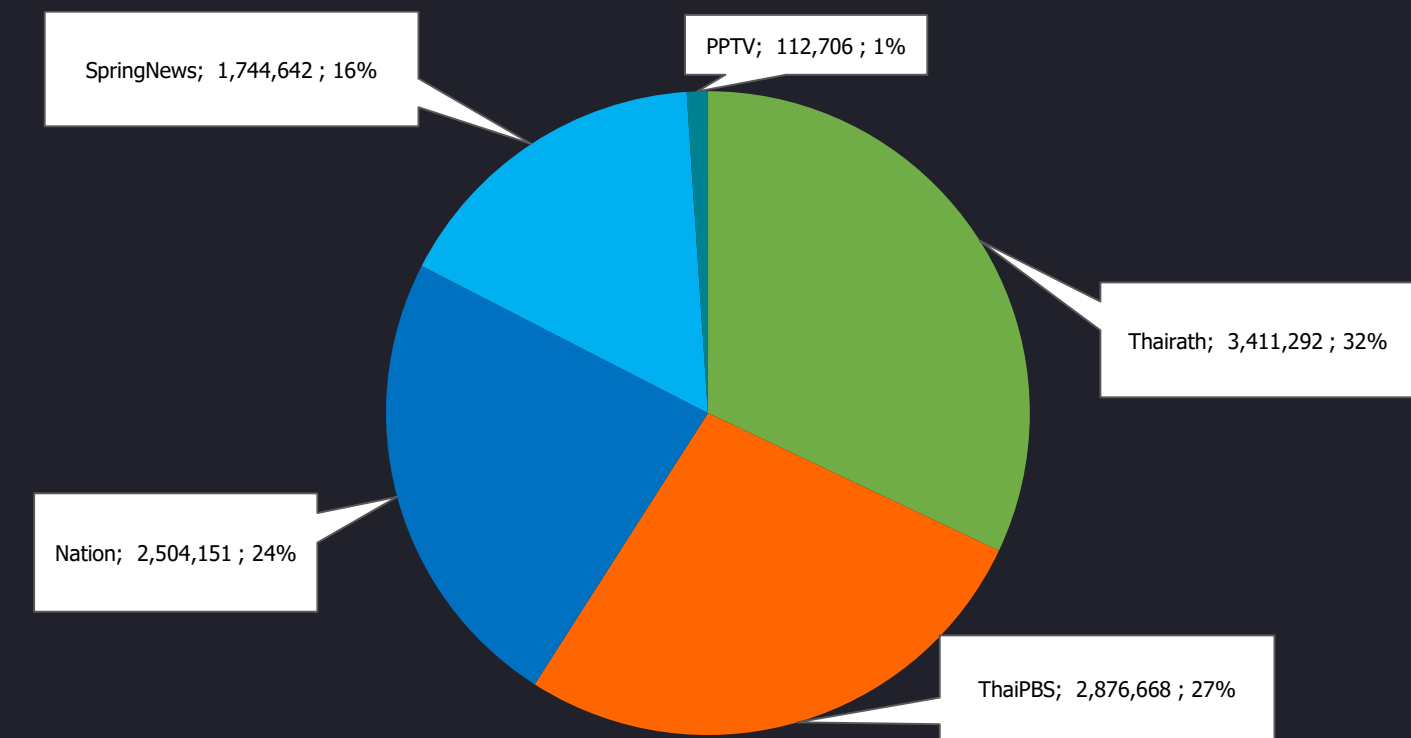
## สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละสื่อ



## สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วมในแต่ละสื่อ



## สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละสื่อ



## KEY FINDING

**ThaiPBS :** ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Own Tweet เองเป็นหลักเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีการทวิต 385 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก ThaiPBS สูงสุด คือ @ThaiPBSPodcast (118 tweets) และ @ThaiPBSSciTech (79 tweets) และในด้านผู้ติดตามมีจำนวน 2,876,668 followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

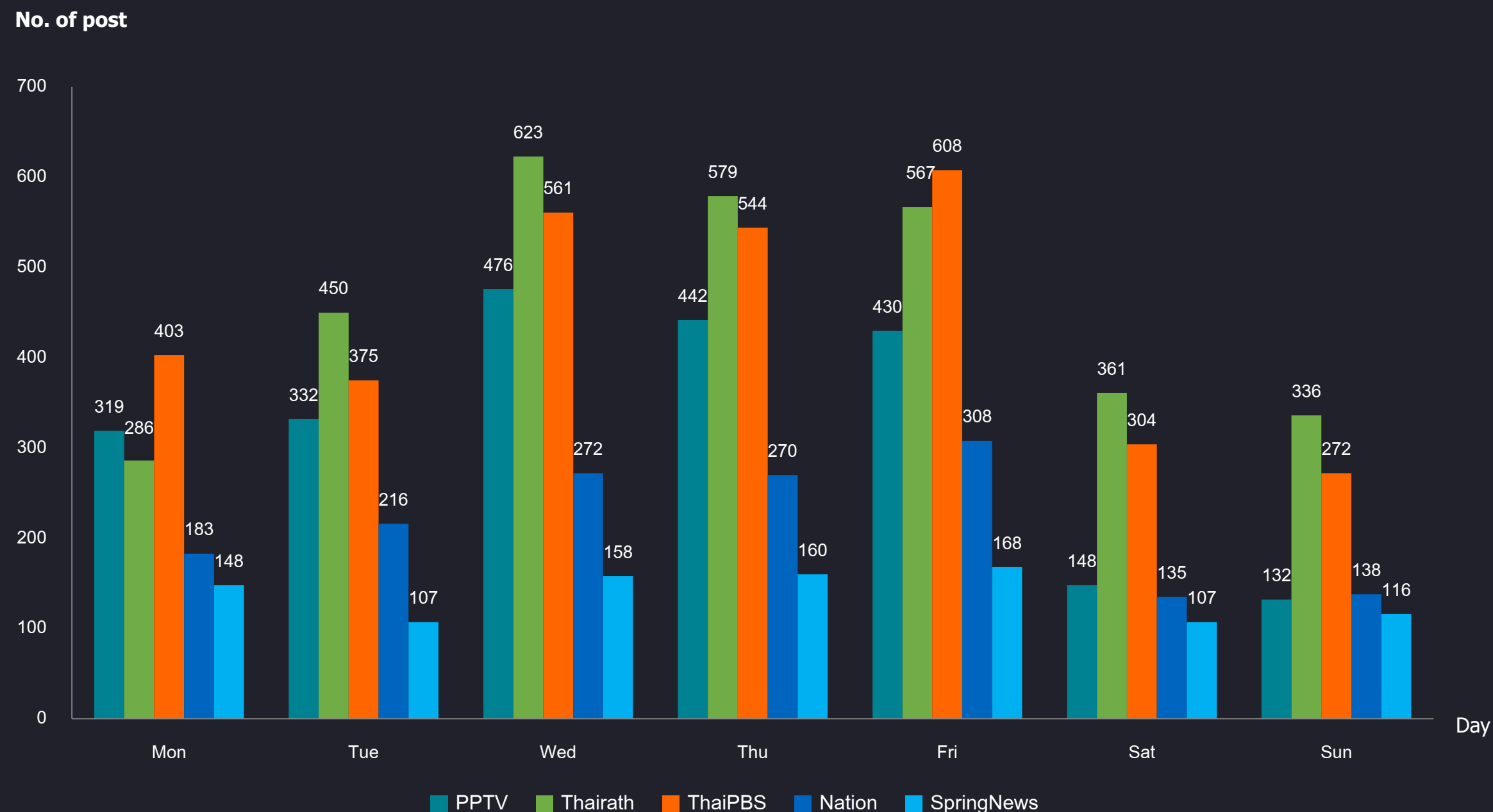
**Thairath :** ทั้งหมดมาจากการทวิตประเภท Own Tweet และในด้านผู้ติดตาม Thairath ยังมีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุด

**Nation :** มีการทวิต 30 tweets โดยเป็นการทวิตจาก Account @kk\_nation (24 tweets) โดยเป็นการทวิตเกี่ยวกับข่าวทั่วไป

# ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสัปดาห์

## KEY FINDING

### Day of Post เปรียบเทียบปริมาณทวีตของ 5 สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)



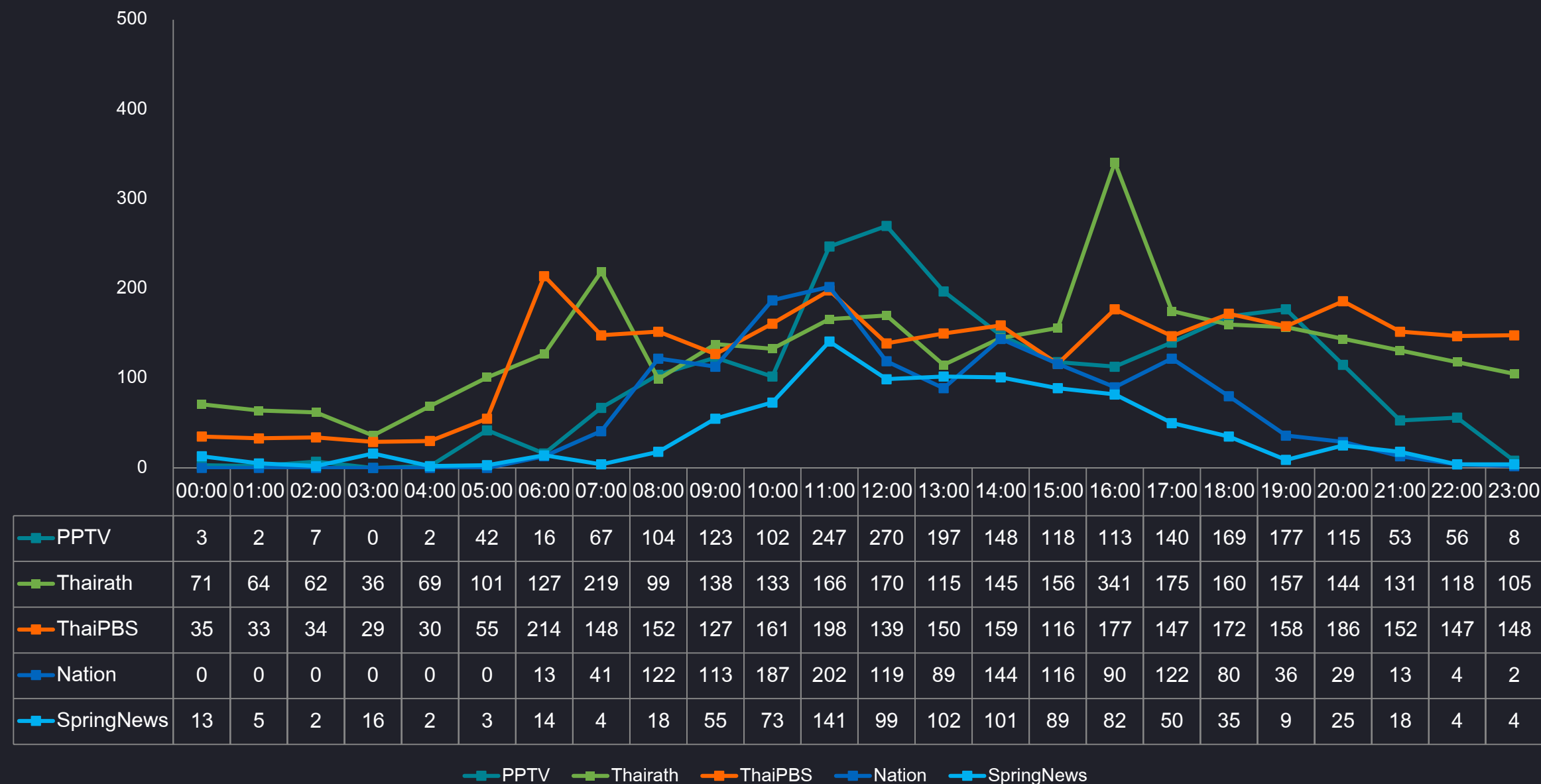
- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูงในช่วงวันพุธ และวันศุกร์
- ThaiPBS** : มีการทวีตสูงสุดในวันศุกร์ ซึ่งทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ศธ.ส่งหนังสือแจ้งทุกโรงเรียน ปฏิบัติตามกฎหมายกระทรวง ฉบับใหม่ ที่ให้นักเรียนไว้ผมยาวได้ ห้ามครูลงโทษตัดผมนักเรียน (3,756 engagements)
- Thairath** : มีการทวีตสูงสุดในวันพุธ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ เปิดใจ "น้องเนย" เด็กหญิงวัย 14 ไลฟ์สดขายสบู่ ถูกบูลลี่เรื่องหน้าตา แคมถูกด่าลามไปถึงพ่อแม่ด้วยถ้อยคำหยาบคาย พบน้องเป็นเด็กขยัน ช่วยครอบครัวหารายได้เสริม (3,326 engagements)
- PPTV** : มีการทวีตสูงสุดในวันพุธ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ สมรสเท่าเทียม! ครม.ผ่าน "ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต" แต่งงานไม่จำกัดเพศ (12,190 engagements)

# ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสื่อ

## KEY FINDING

### Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

Engagement



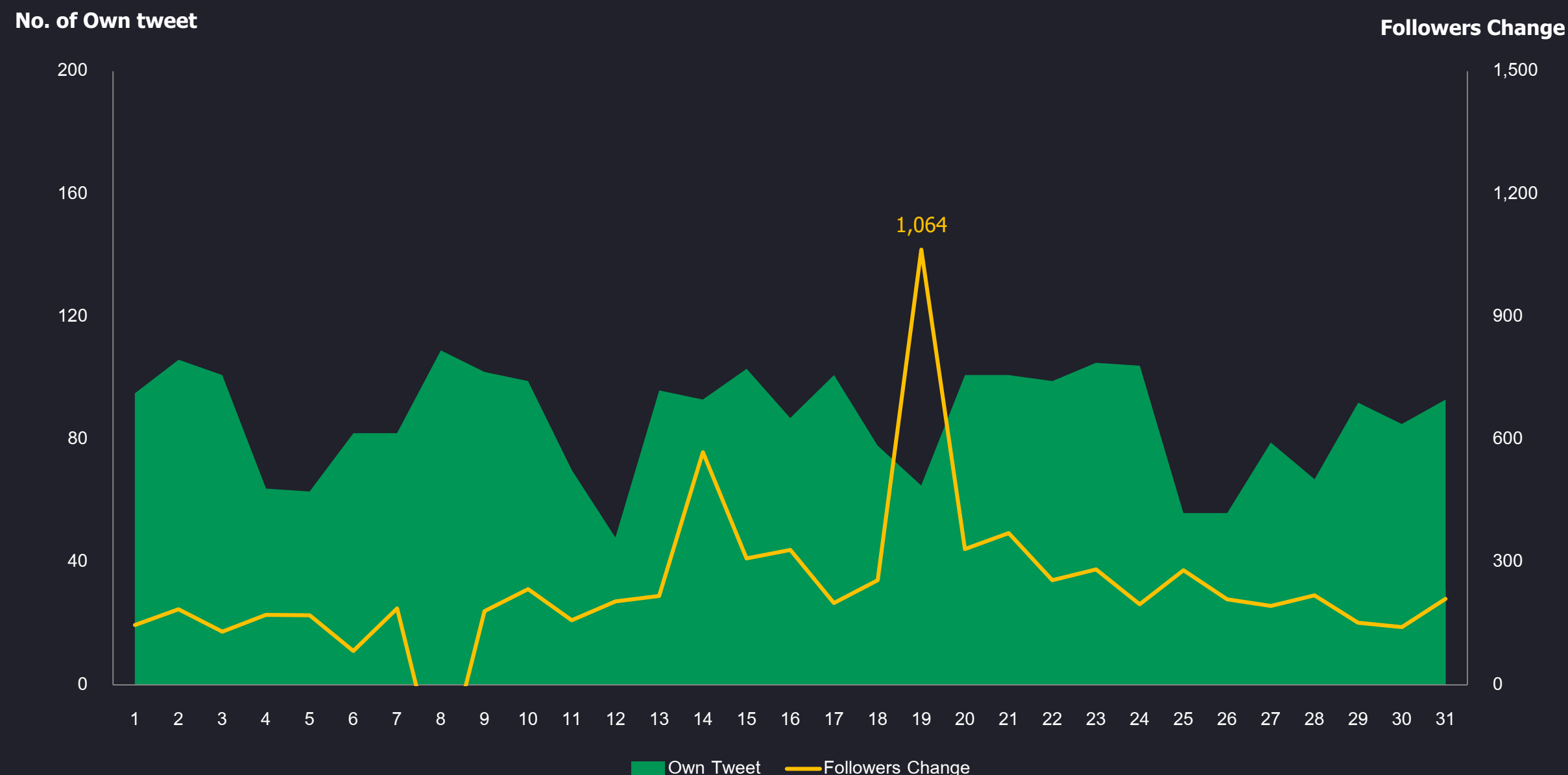
- **ThaiPBS** : มีจำนวนการทวีตสูงสุดช่วง ข 06.00 น. จำนวน 214 ทวีต โดยมาจากทวีตรายการทันข่าวเด่น (91 tweets, 4,400 engagements) และวันใหม่ไทยพีบีเอส (47 tweets, 13,444 engagements)
- **Thairath** : จำนวนทวีตสูงสุดในช่วงเวลา 16.00 น. จำนวน 341 ทวีต โดยข่าวที่ได้ Engagement สูงสุด คือ พิคชั่นสุด... เหตุผลของคนต่อยมอ "หมอต่อยพีผมก่อน ผมเลยต่อยมอ คีน ต่อยมอ ะๆ แค่ถาก ะ"



# จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

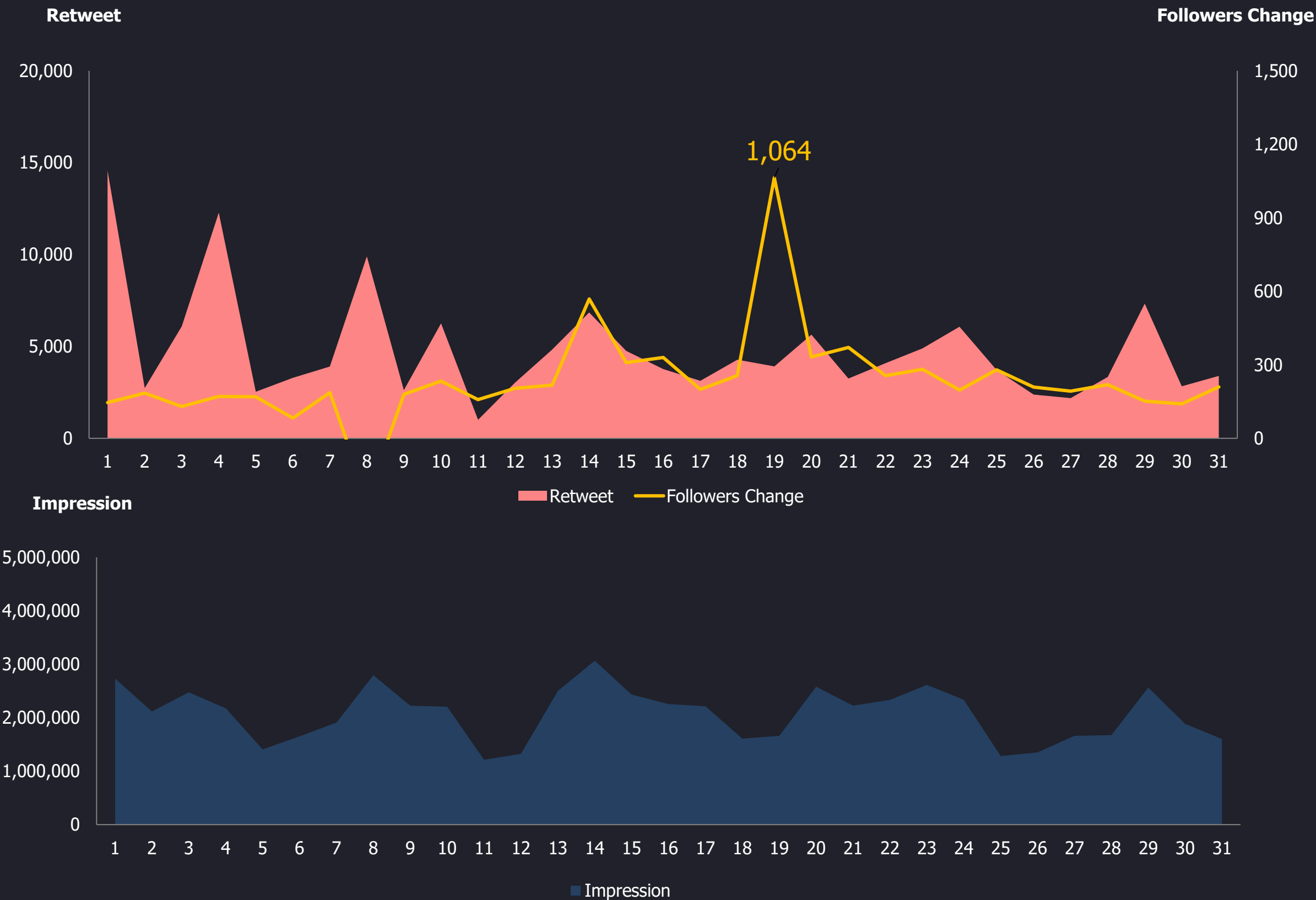
## KEY FINDING

### จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน



- ช่วงวันที่ 19 ก.ค. จำนวน Follower เพิ่มสูงสุดถึง 1,064 followers โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ เวลา 17.15 น. กลุ่มนักศึกษาและประชาชน รวมตัวกันทำกิจกรรมเคลื่อนไหวทางการเมือง บริเวณประตูท่าแพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โดยตำรวจขอความร่วมมืองดชุมนุม เนื่องจากอยู่ในช่วงประกาศ #พรกฉุกเฉิน (583 engagements)
- จำนวน Own Tweet ตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 87 tweets : day

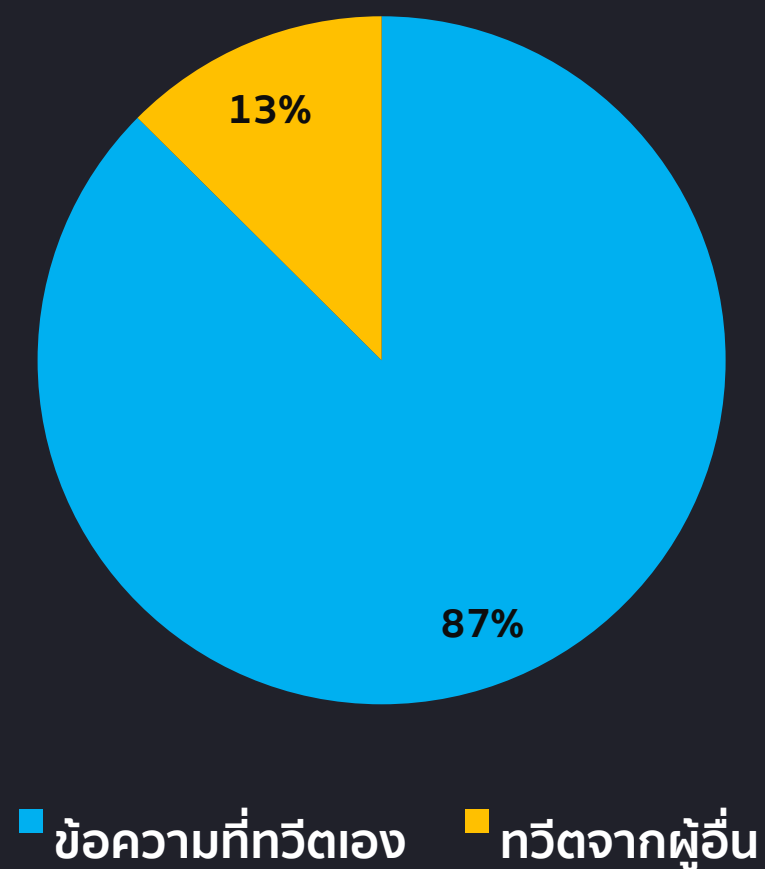
# จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impression



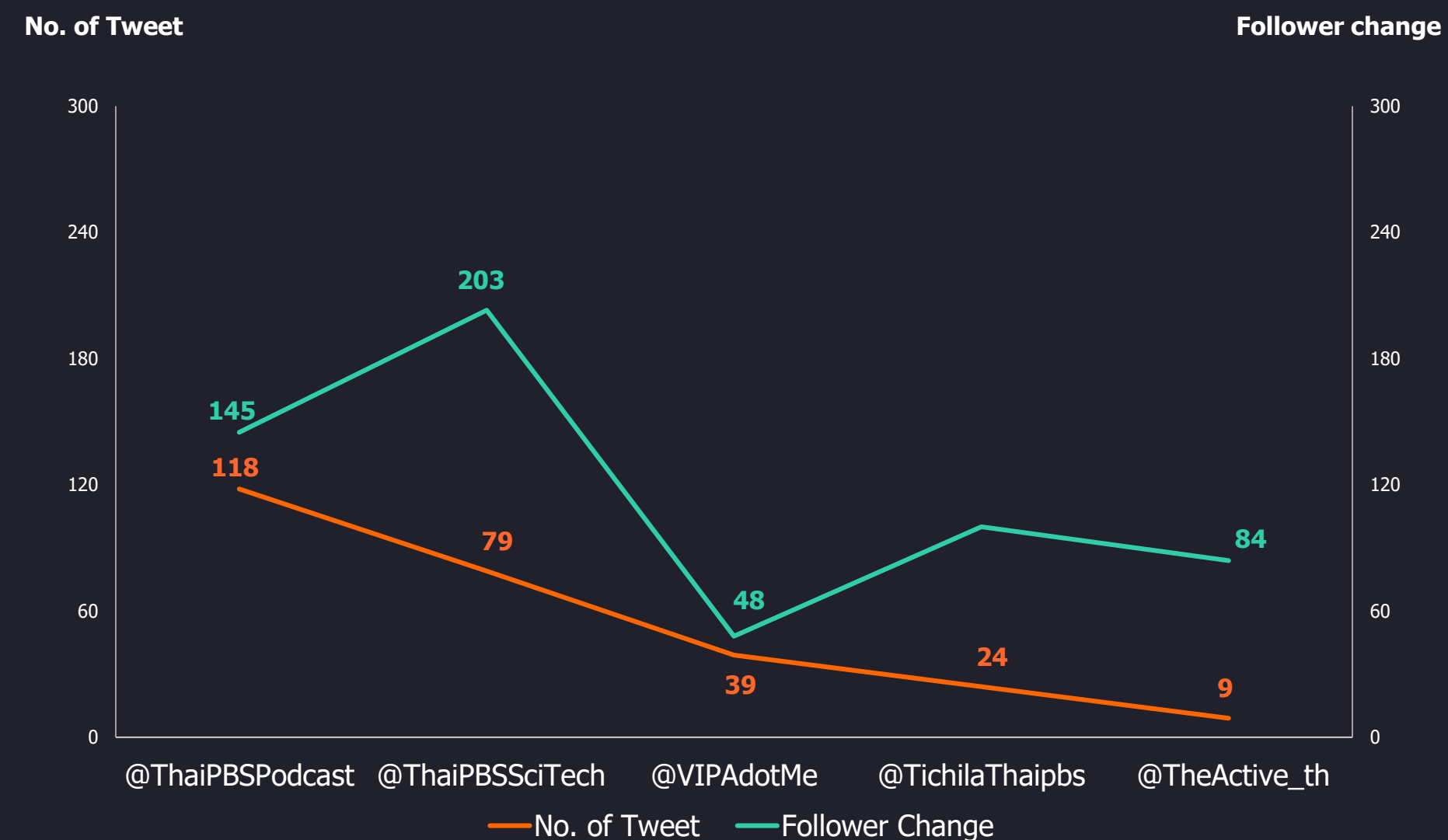
## KEY FINDING

- ช่วงวันที่ 1 ก.ค. จำนวนรีทวีตสูงสุด จากข่าวเกาหลีใต้เรียกร้องคว่ำบาตรภาพยนตร์ "มูหลาน" (9,556 RTs)
- ช่วงวันที่ 14 ก.ค. ได้รับ Impression สูงสุด จำนวน 3,065,935 โดยมาจากทวิต "คณะเจ้าหน้าที่ออสเตรเลียเปิดเผยว่าวัคซีนสำหรับโควิด-19 ภายใต้การพัฒนาของมหาวิทยาลัยควีนส์แลนด์ (UQ) ในออสเตรเลียได้เริ่มต้นการทดลองในมนุษย์แล้ว" (118,149 impressions)

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น  
(ผู้สื่อข่าว, ทวิตเตอร์รายการ)



5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา  
และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



The ACTIVE

# วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละสื่อ



4,302

engagements



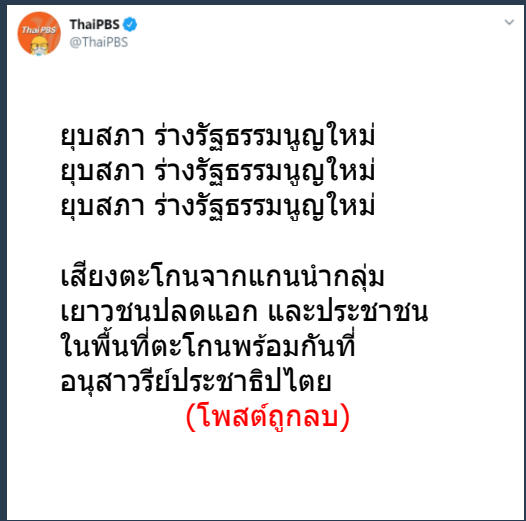
12,190

engagements  
(8 Jul)



2,537

engagement  
(14 Jul)



13,632

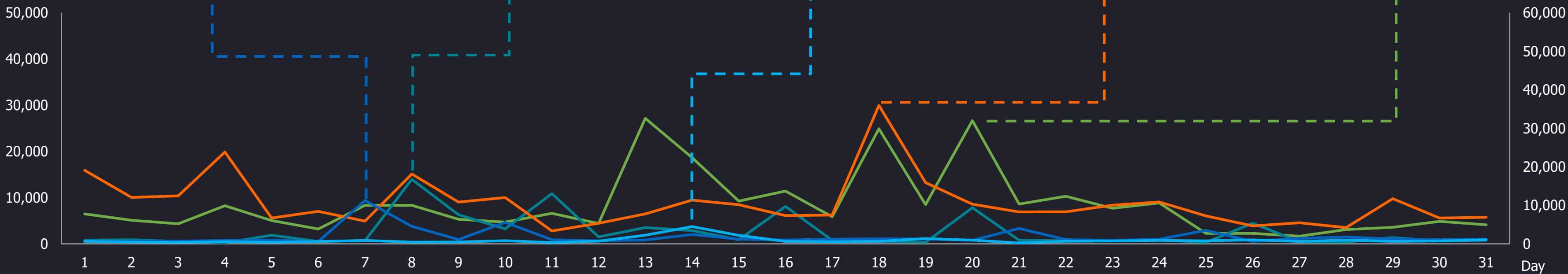
engagements



22,303

engagements  
(20 Jul)

Engagement



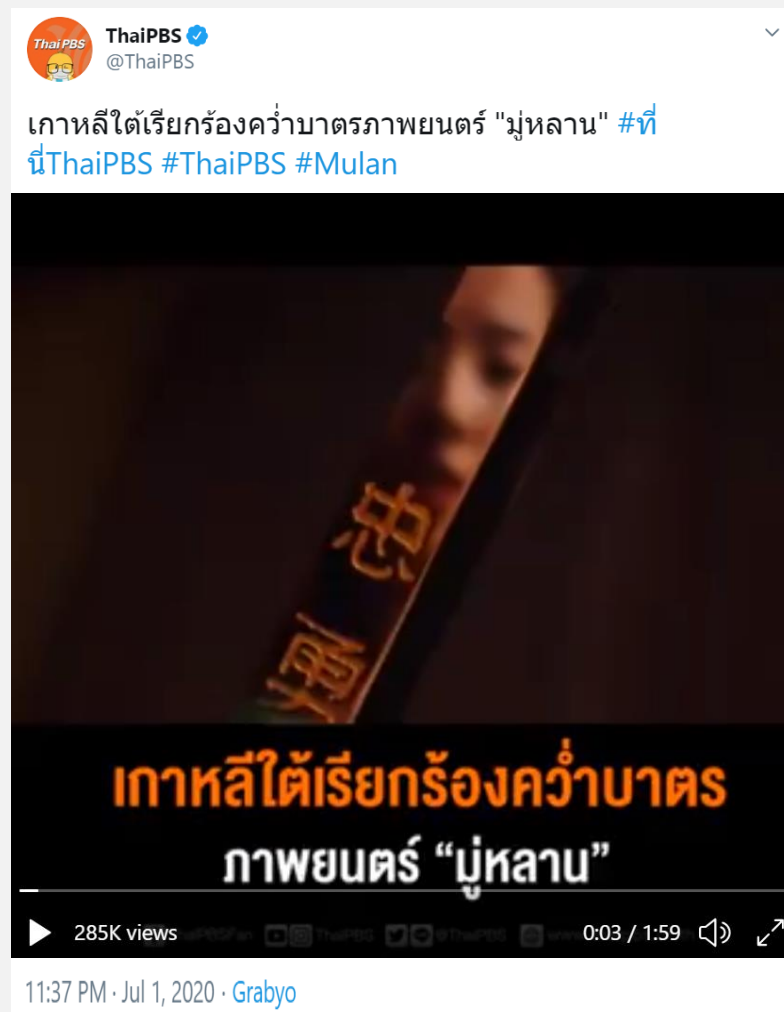
Thairath PPTV ThaiPBS Nation SpringNews

Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้นๆ



### 3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของแบรนด์องค์กร

1



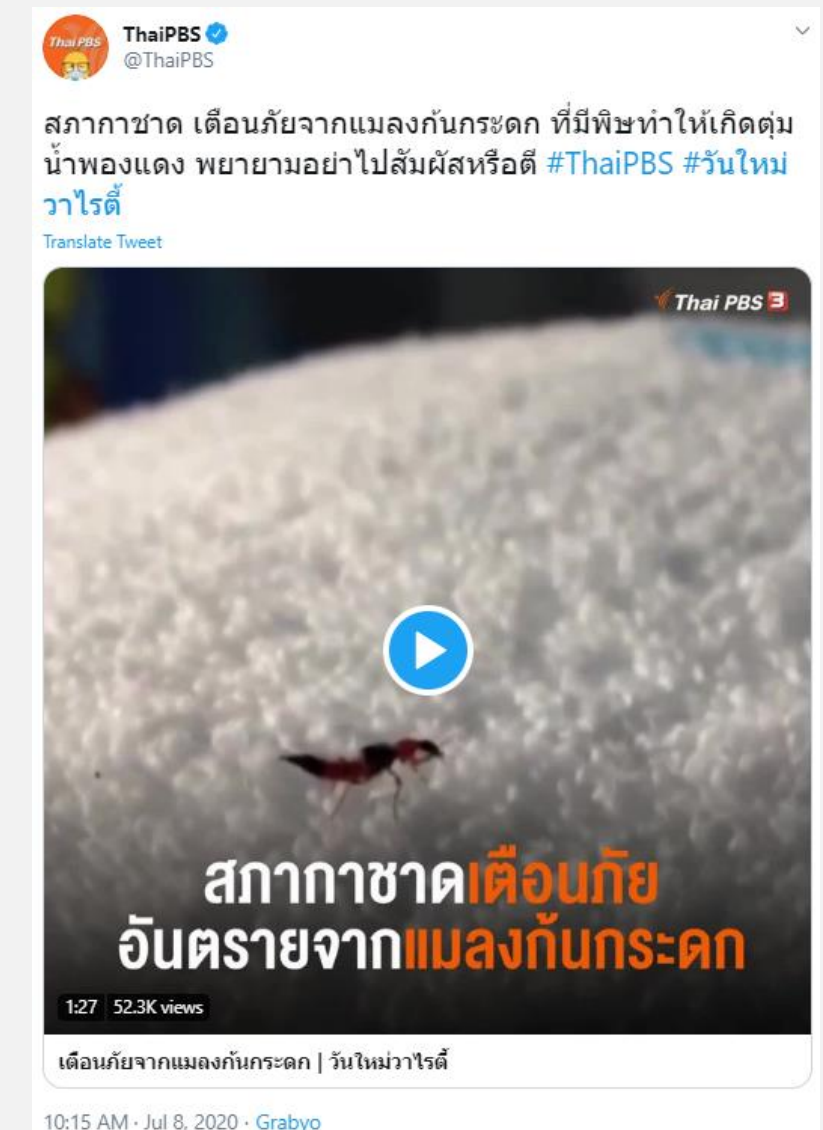
9,556 RTs

2



6,655 RTs

3



4,957 RTs



### 3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



7,160 RTs

2



2,317 RTs

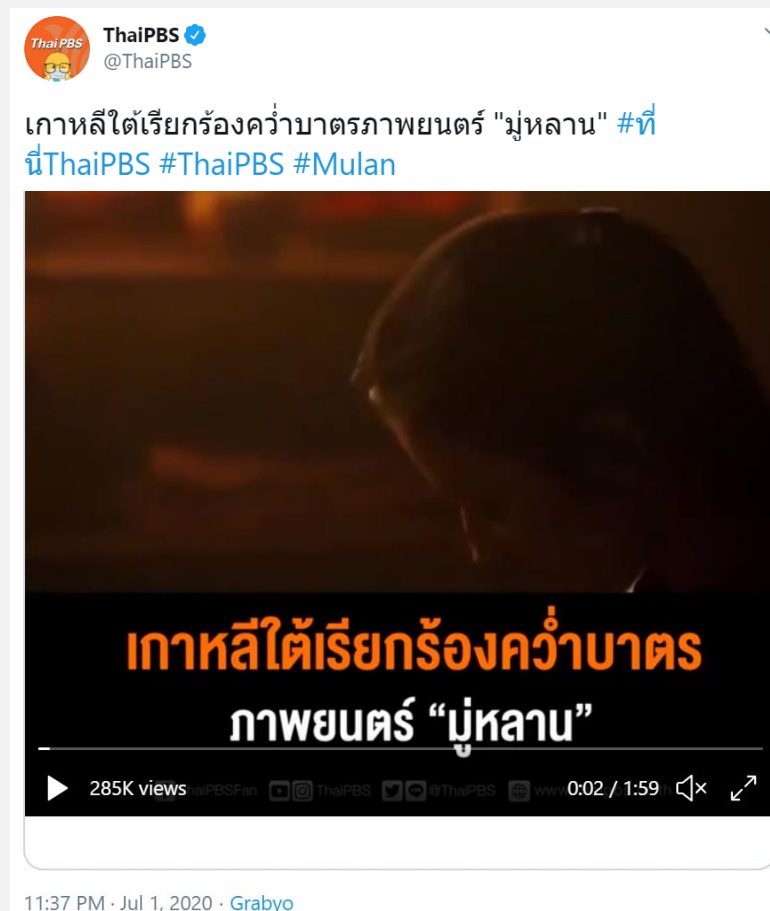
3



748 RTs

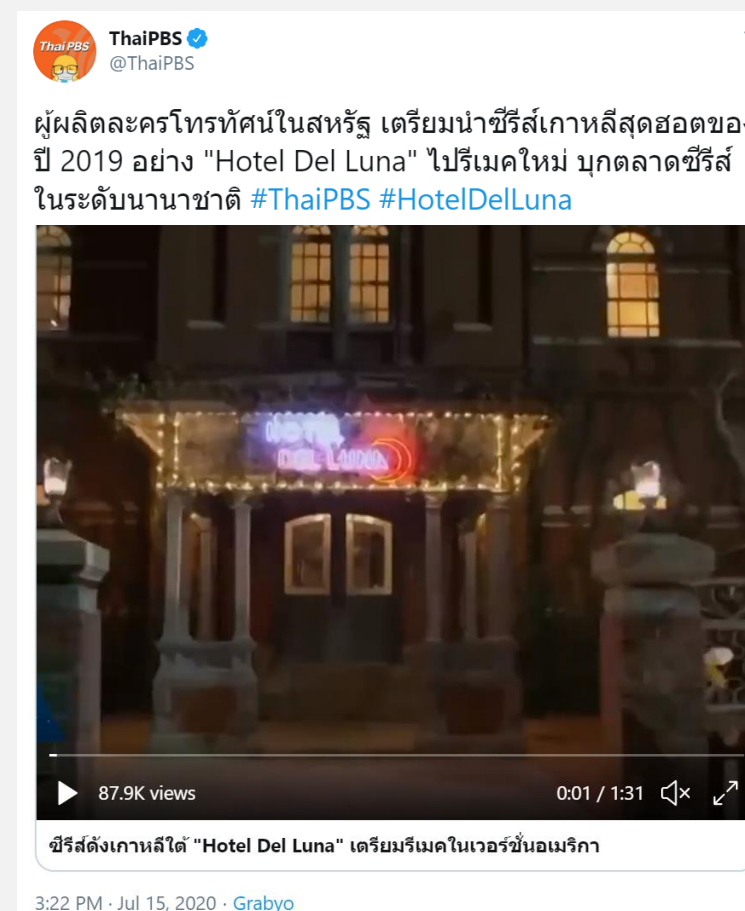
### 3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



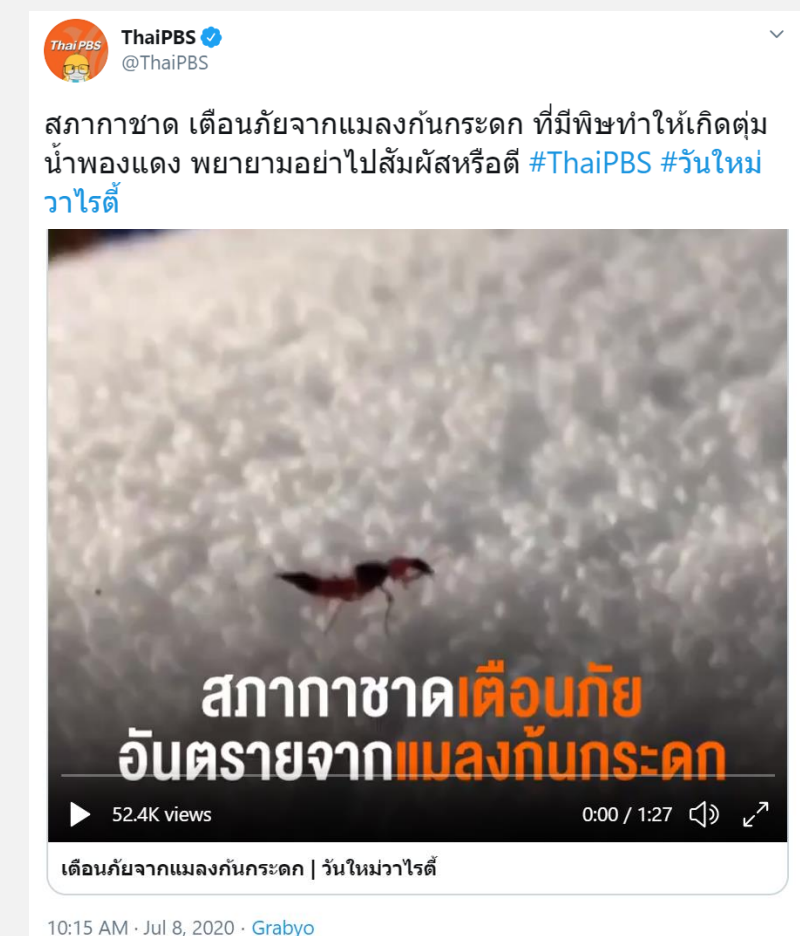
285K Views

2



87.9K Views

3



52.4K Views





### 3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

490,911



2

410,734

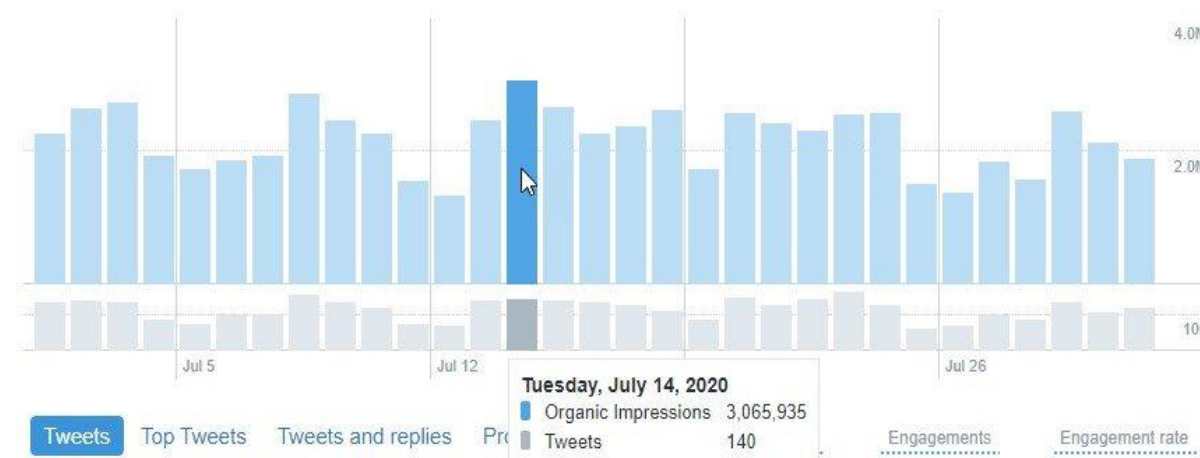


3

291,466

#### Tweet activity

Your Tweets earned 68.2M impressions over this 31 day period



<< ภาพรวมเดือน ก.ค. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 68.2 ล้านครั้ง ซึ่งลดลงจากเดือนก่อนถึง 4.1 ล้านครั้ง โดยสูงสุดวันที่ 14 ก.ค. ถูกมองเห็นจำนวน 3 ล้านครั้ง จาก 140 ทวิต โดยมาจากทวิต “คณะเจ้าหน้าที่ออสเตรเลียเปิดเผยว่าวัคซีนสำหรับโควิด-19 ภายใต้การพัฒนาของมหาวิทยาลัยควีนส์แลนด์ (UQ) ในออสเตรเลีย ได้เริ่มต้นการทดลองในมนุษย์แล้ว” (Impression = 118,149)

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

1



7.8K Views

2



5.4K Views

3



5.2K Views



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

1



668 Views

2



985 Views

3



1K Views

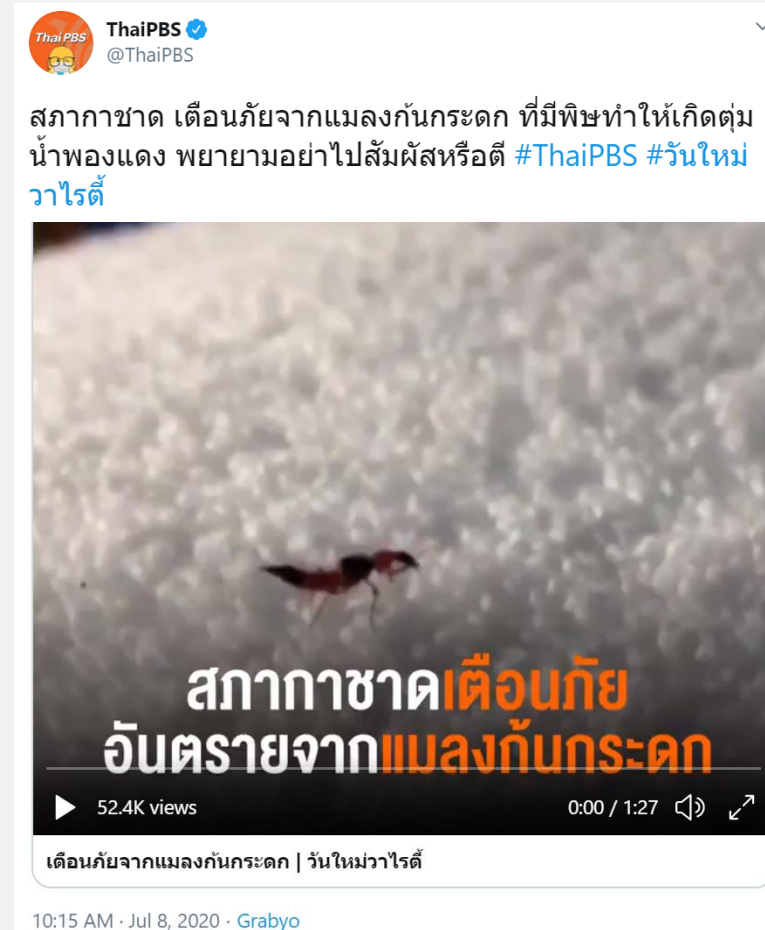
### 3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มี การมีส่วนร่วม (Engagement) มากที่สุด

1



10,950 engagements

2



5,730 engagements

3



4,969 engagements



### 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



18,659 RTs



10,234 RTs



9,273 RTs



### 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรินด์องค์กรและพลข.)



1,547 RTs



1,354 RTs



1,265 RTs



### 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



2,219 RTs



502 RTs



406 RTs



### 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



7,294 RTs



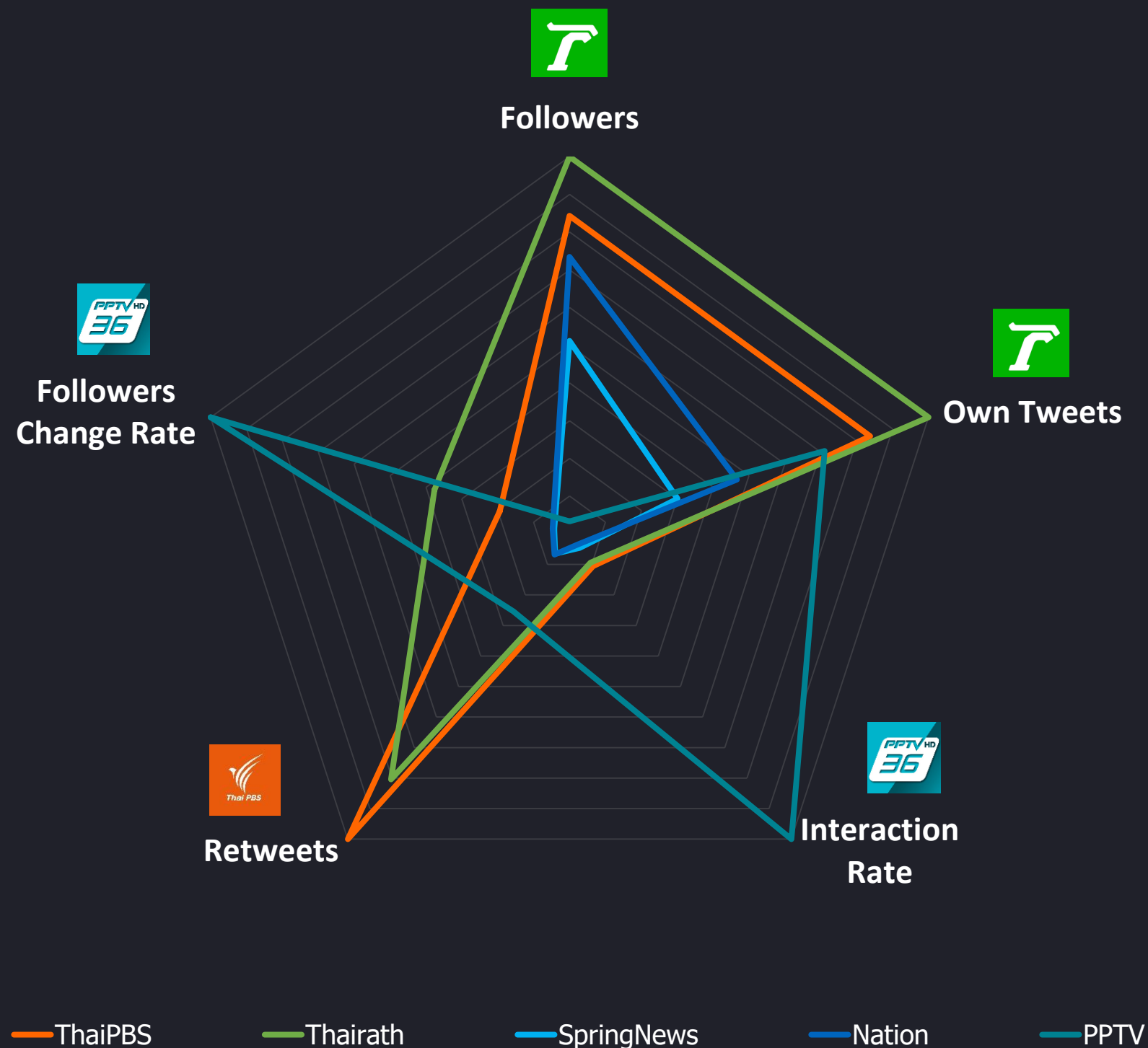
6,589 RTs



3,785 RTs



# ประสิทธิภาพของสื่อในแต่ละด้าน



**Interaction rate :** ประสิทธิภาพของการทวิต  
**Follower Change rate :** อัตราการเปลี่ยนแปลงของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

**Follower:** จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด  
**Own tweet :** จำนวนทวิตทั้งหมด  
**Engagement :** จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

## Strength

Follower : 2,876,668

Own Tweet : 2,682

Retweet : 148,922

## Weakness

Interaction Rate : 0.33

Followers Change Rate : 0.28%

## Key Finding

- ในเดือนนี้ ThaiPBS ค่อนข้างมีประสิทธิภาพดีในด้าน Followers ,Own Tweets และ Retweets แต่ในด้าน Interaction Rate และ Follower Change Rate พบว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อย
- ในเดือนนี้ ThaiPBS มียอดรีทวีตรวมสูงสุด



## ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับสื่อมากที่สุดของเดือน

1



**784 Mentions**

@irine19\_BKK

[https://twitter.com/irine19\\_BKK](https://twitter.com/irine19_BKK)

2



**372 Mentions**

@teukyu1003

<https://twitter.com/teukyu1003>

3



**260 Mentions**

@ka\_mung

[https://twitter.com/ka\\_mung](https://twitter.com/ka_mung)

4



**250 Mentions**

@Woshixiaozhu94

<https://twitter.com/Woshixiaozhu94>

5



**184 Mentions**

@aomi\_ko

[https://twitter.com/aomi\\_ko](https://twitter.com/aomi_ko)