

New Media Statistics

September 1-30, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

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



METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-30 Sep 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

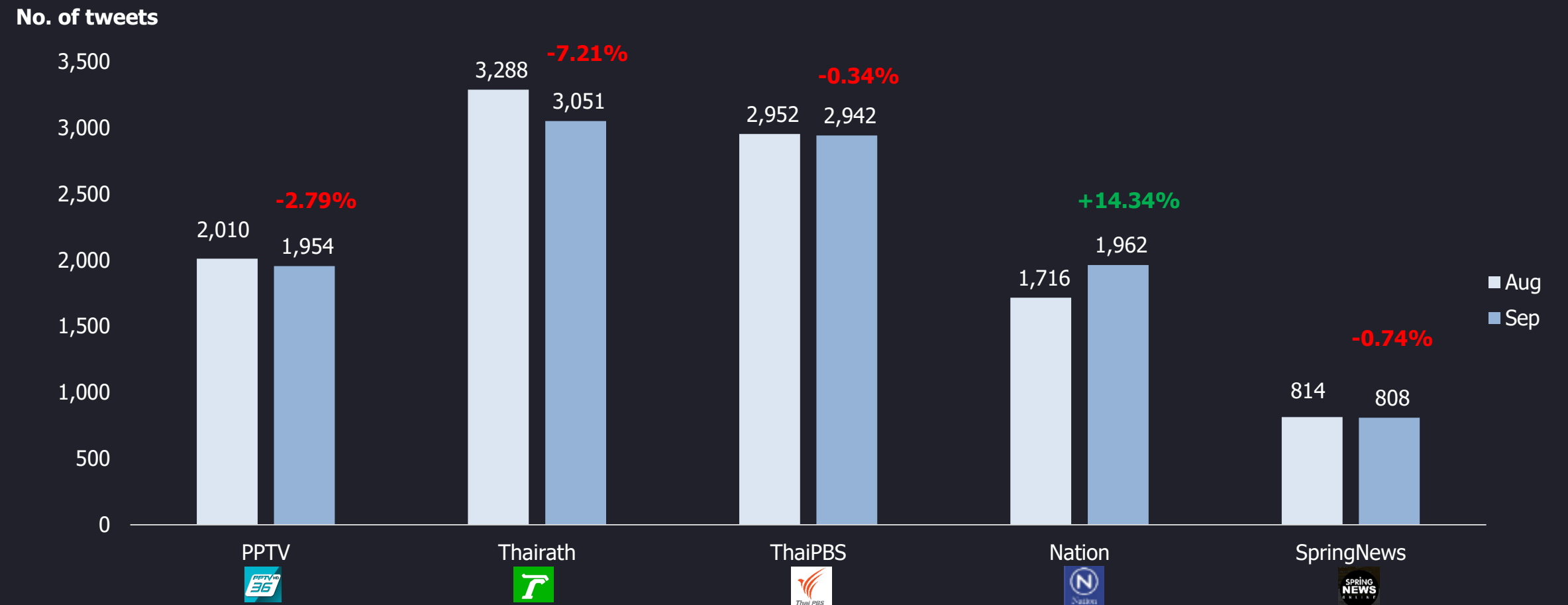
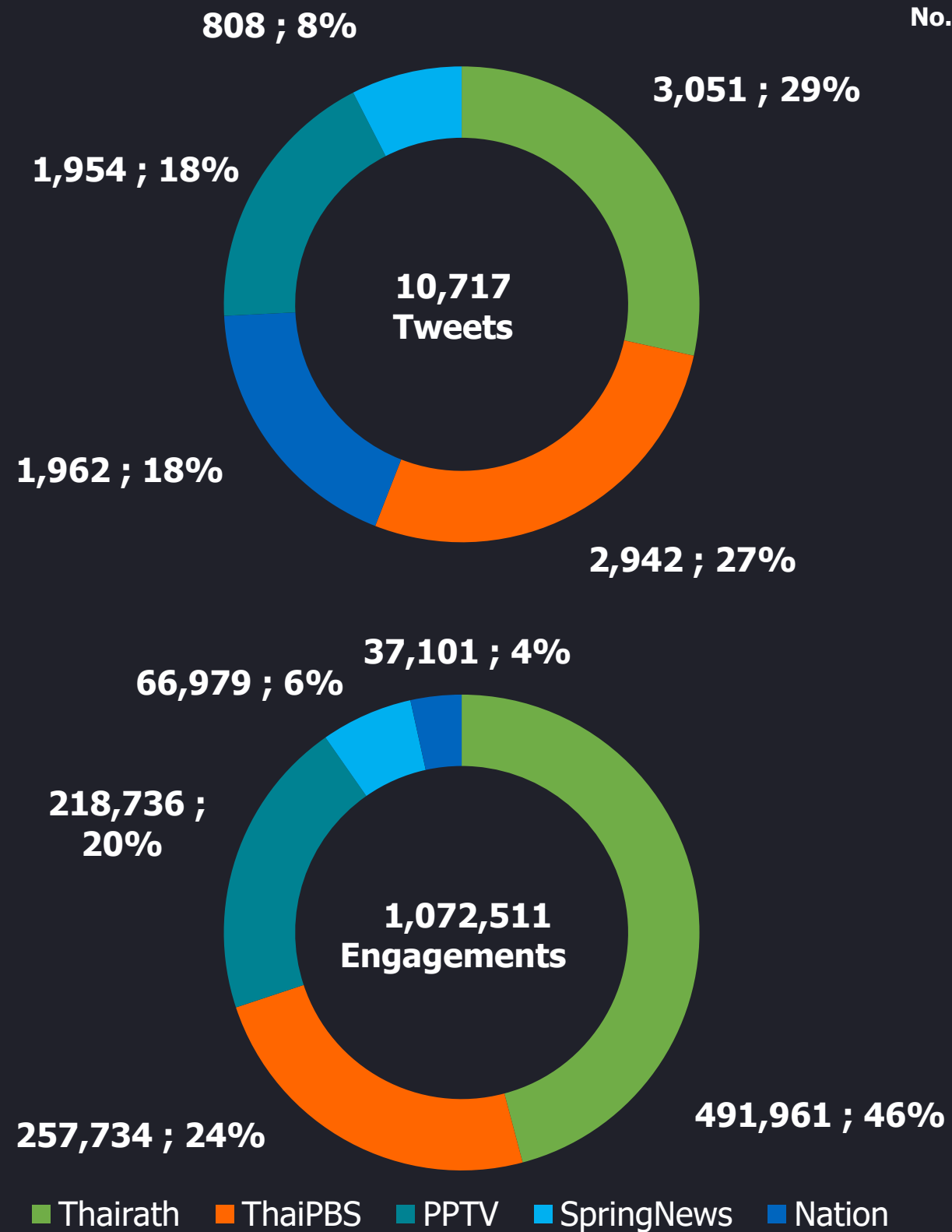
สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 30 ก.ย. 63 : **2,904,245 Followers** (+14,208)

มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS
มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

NO.	USERNAME			Sep 20	Aug 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	3,466,789	3,438,398	+0.83
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,904,245	2,890,037	+0.49
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,506,736	2,505,397	+0.05
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,750,902	1,747,646	+0.19
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,478,037	1,476,654	+0.09
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	873,524	868,698	+0.56
7		MatichonOnline	มติชน	875,737	864,450	+1.31
8		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	846,599	830,497	+1.94
9		Ktnewsonline	กรุงเทพธุรกิจ	781,112	776,504	+0.59
10		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	479,722	475,172	+0.96
11		FM100.5	FM100.5	441,170	440,225	+0.22
12		MCOT_Digital	MCOT	358,809	357,909	+0.25

NO.	USERNAME			Sep 20	Aug 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	346,981	344,019	+0.86
14		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	358,256	344,754	+3.92
15		TNNThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	285,694	284,467	+0.43
16		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	256,214	251,534	+1.86
17		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	246,884	245,694	+0.48
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	240,408	236,616	+1.60
19		OneHDThailand	วันชาแนล	215,440	210,911	+2.15
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	154,923	149,357	+3.73
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	118,929	114,475	+3.89
22		ThaiCH8	ช่อง 8	58,810	57,438	+2.39
23		ThaiTv5	ททบ.5	22,215	22,212	+0.01
24		mono_group	โมโน	401	402	-0.25

ภาพรวมการทวิตในแต่ละสื่อ

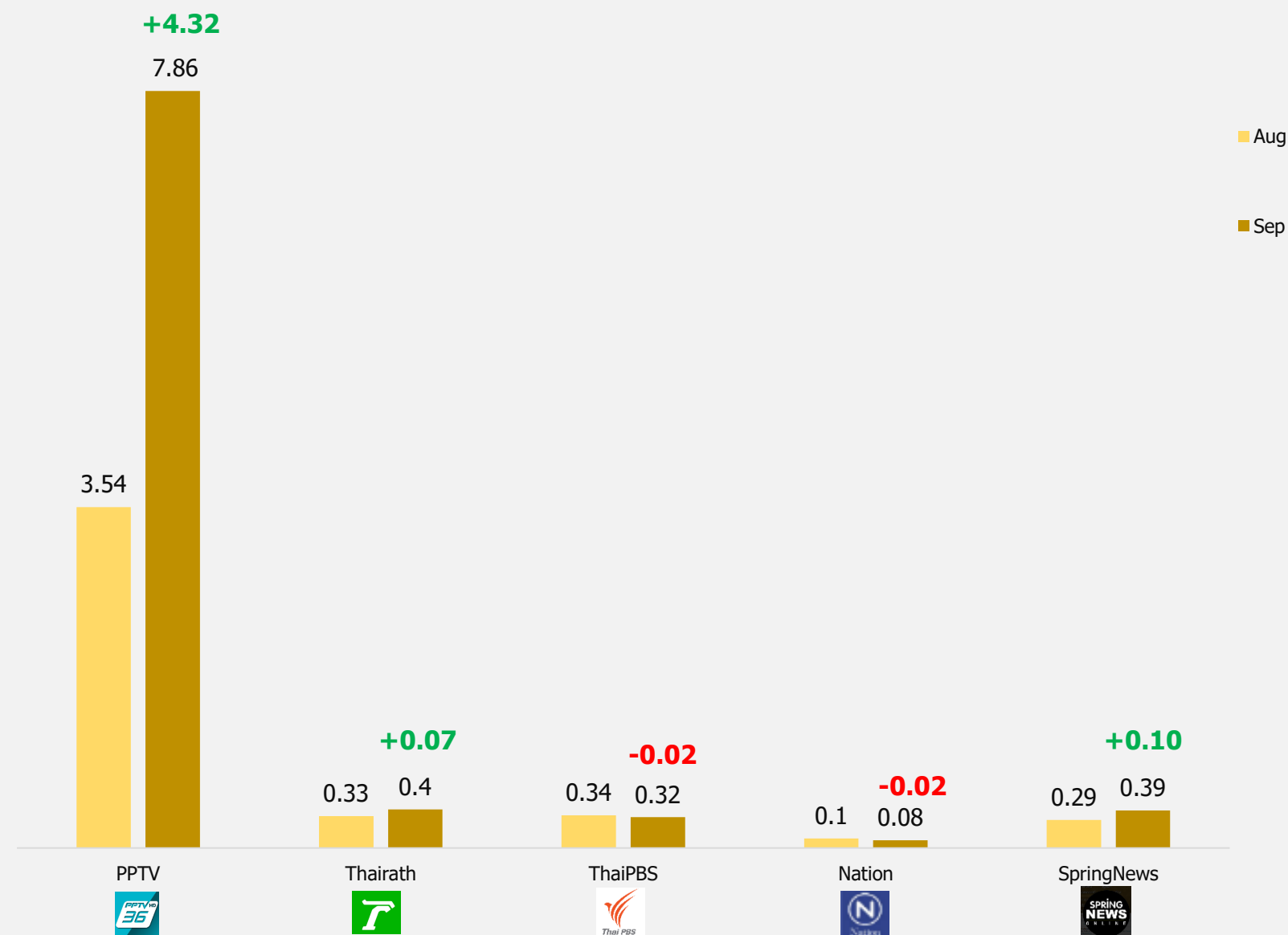


KEY FINDING

- **ThaiPBS** : มีการทวิต 2,942 ทวิต (257,734 engagements) ลดลงจากเดือนก่อนหน้า 10 ทวิต คิดเป็น 0.34% แบ่งเป็นการรีทวิตจากผู้สื่อข่าว/รายการ 310 ทวิต (18,465 engagements) โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 15 ก.ย. จำนวน 111 ทวิต
- **Thairath** : มีการทวิต 3,051 ทวิต (491,961 engagements) ซึ่งลดลงจากเดือนก่อนหน้า 237 ทวิต คิดเป็น 7.21% โดยวันที่มีการทวิตสูง คือ 24 ก.ย. จำนวน 132 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 0.32 ซึ่งลดลงจากเดือนที่ผ่านมา 0.02 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ มีรายงานเพิ่มเติมชี้ว่า นายปรีดี ดาวฉาย อดีต รมว.คลัง ถูกบีบ-ถูกกดดันให้ลงนามต่อสัญญาสัมปทานให้รถไฟฟ้า BTS สายสีเขียว โดยไม่ต้องประมูล แต่นายปรีดีไม่ยอมลงนามในสัญญาดังกล่าว (10,101 engagements)

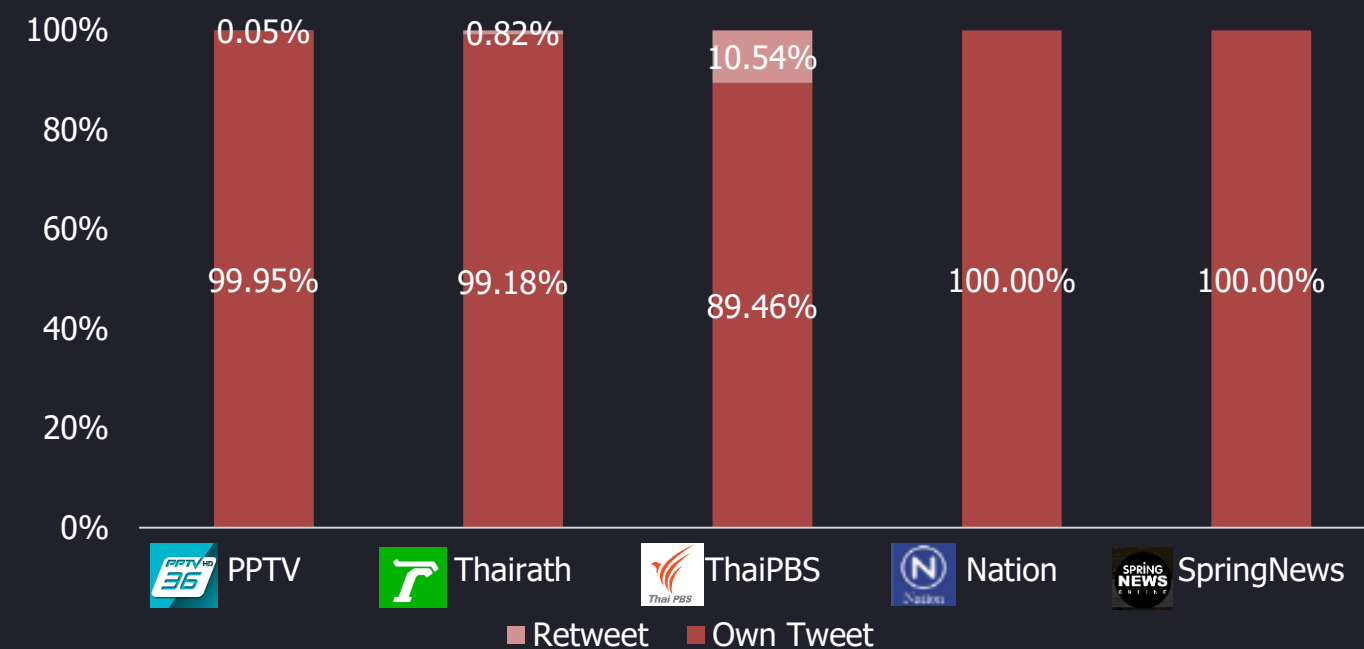
PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 4.32 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ทีมวินว่าไง.. คลิปนี้ถึงมือโค้ช อาจโดนชวนไปเตะทีมชาติ ลีลาเด็ดเกินหน้าตา (28,948 engagements)

SpringNews : ประสิทธิภาพของทวิตเพิ่มขึ้น 0.10 โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ โรเบิร์ต สายควัน หายจากอาการป่วยมะเร็งแล้ว แต่ยังคงป่วยเป็นวัณโรค ลำไส้ บอล เชิญยิ้ม ได้โพสต์เราถึงโรเบิร์ต กลับให้สบายนะพี่ (10,388 engagements)

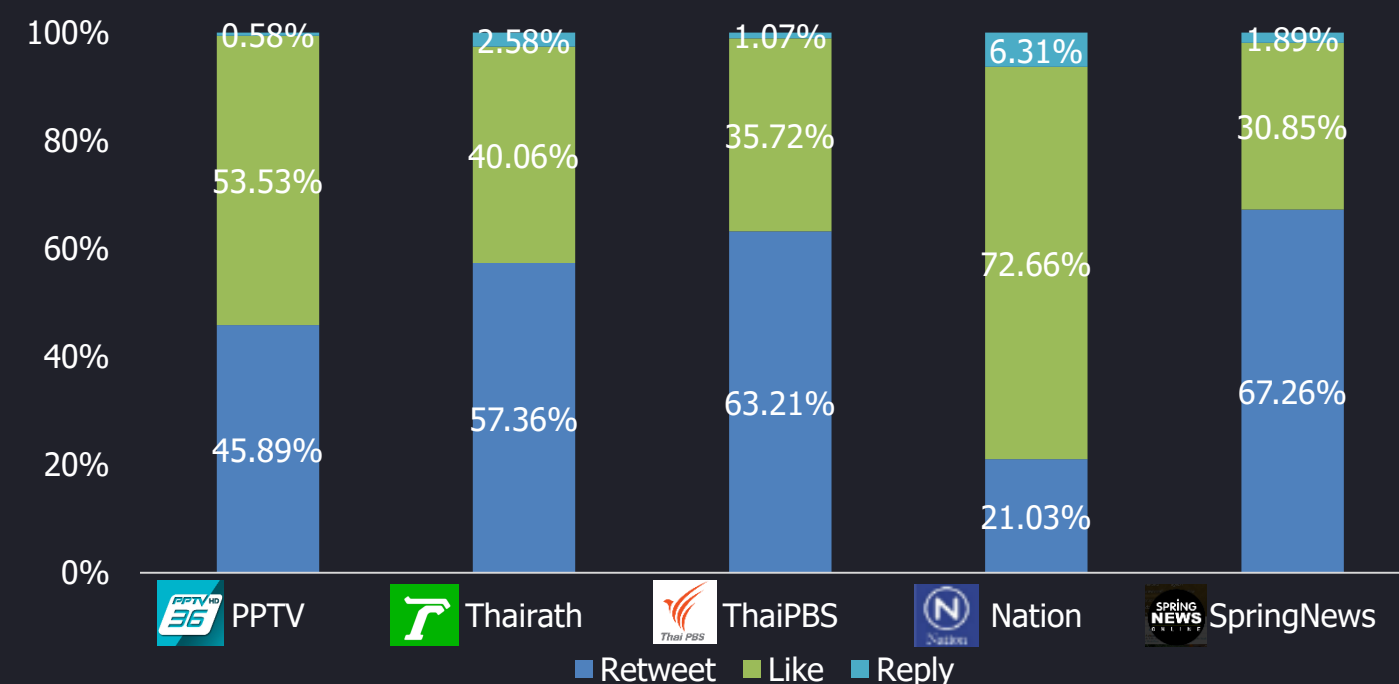


Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละสื่อ

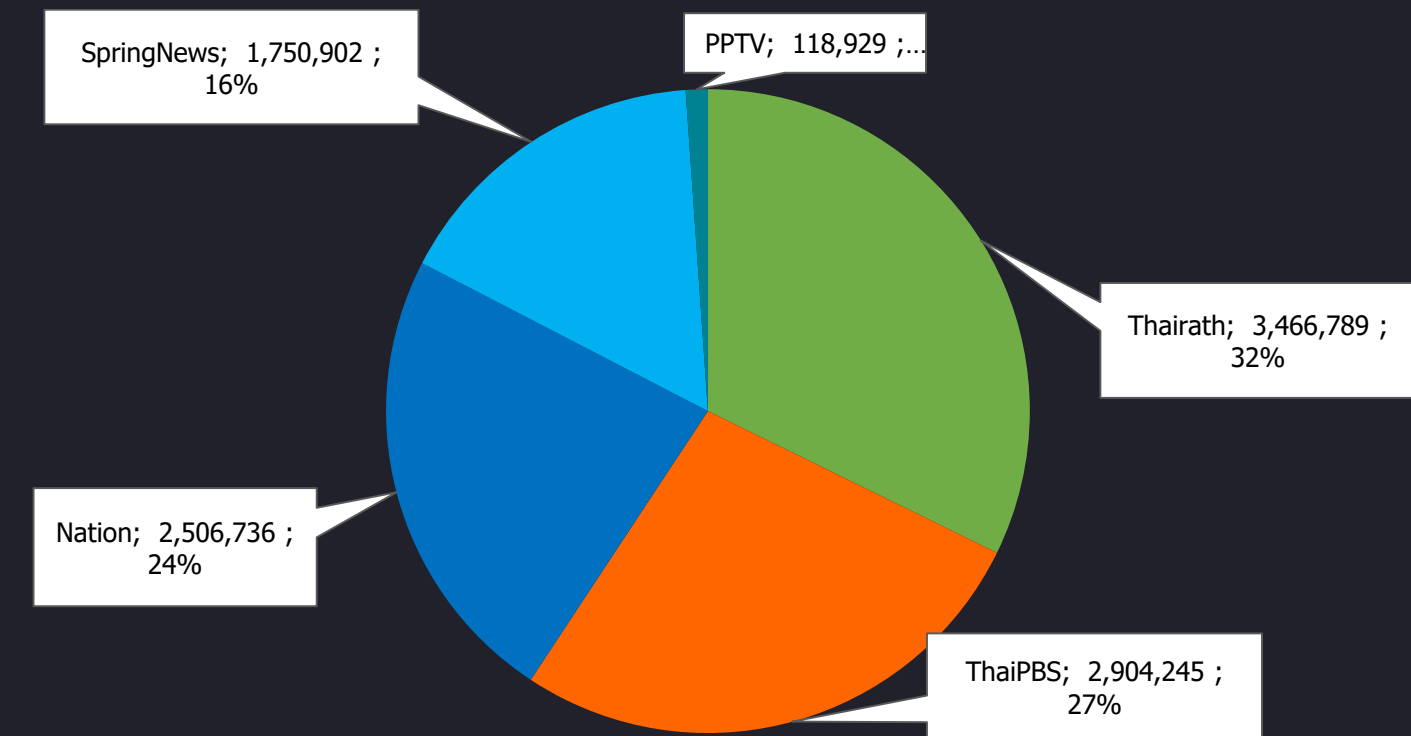
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละสื่อ



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วมในแต่ละสื่อ



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละสื่อ



KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตประเภท Own Tweet เองเป็นหลักเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีการทวิต 310 tweets โดย Account ที่ได้รับการทวิตจาก ThaiPBS สูงสุด คือ @ThaiPBSPodcast (123 tweets) และ @ThaiPBSSciTech (83 tweets) และในด้านผู้ติดตาม มีจำนวน 2,904,245 followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath

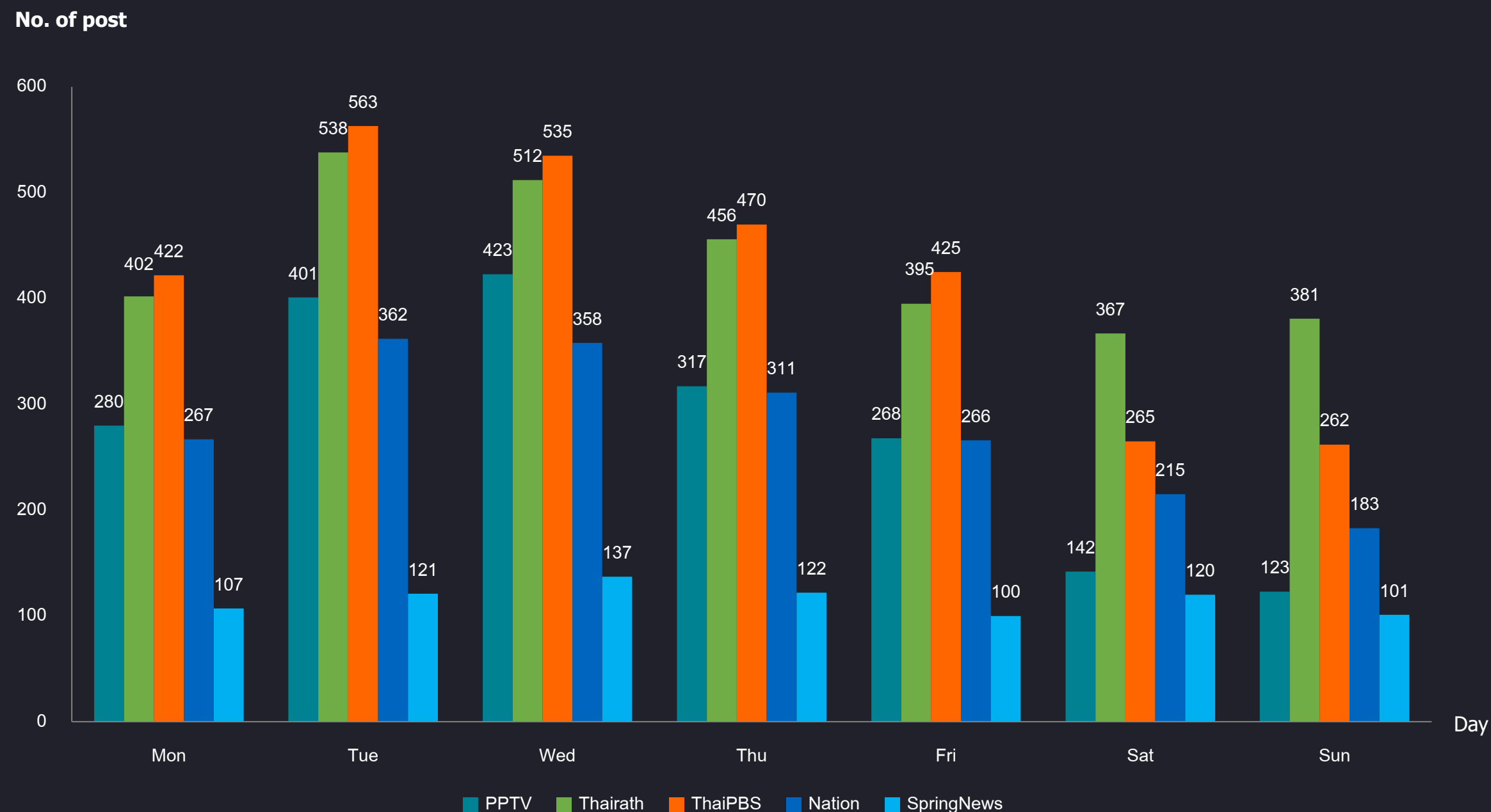
Thairath : การทวิต 25 tweets โดยเป็นการทวิตจาก Account @Thairath_Ent (14 tweets) โดยเป็นการทวิตเกี่ยวกับข่าวทั่วไป และในด้านผู้ติดตาม Thairath ยังมีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุด

PPTV : มีการทวิต 1 tweet โดยเป็นการทวิตจาก Account @SpoOpel โดยเป็นการทวิตเกี่ยวกับข่าวทั่วไป

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสัปดาห์

KEY FINDING

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณทวีตของ 5 สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

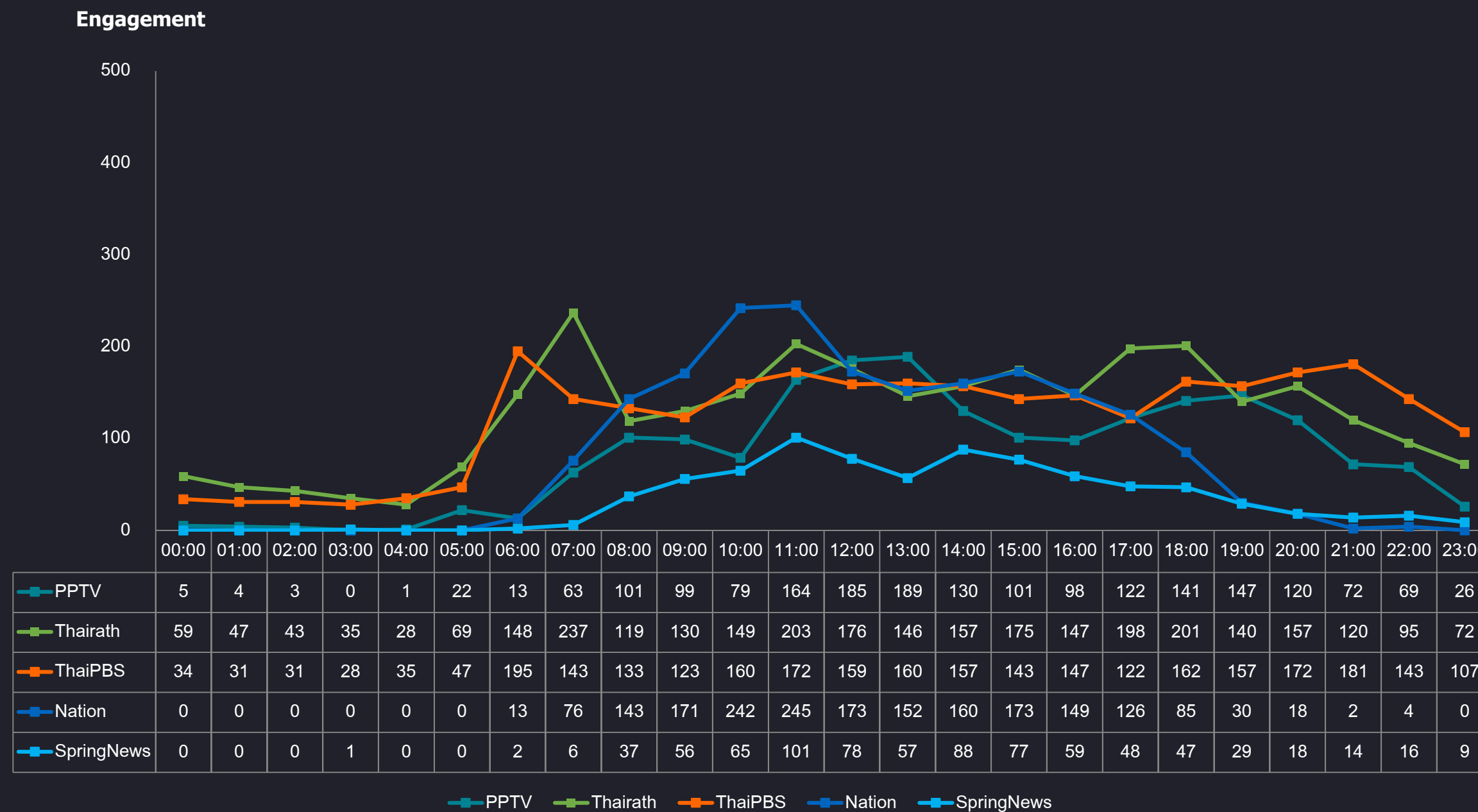


- ภาพรวม สื่อส่วนใหญ่มีการทวีตสูงในช่วงวันอังคาร และพุธ
- ThaiPBS** : มีการทวีตสูงสุดในวันอังคาร ซึ่งทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ วันที่ 6 และ 14 ต.ค.นี้ ชวนดูปรากฏการณ์ดาวอังคารใกล้โลก หากฟ้าใสไร้ฝนสังเกตเห็นด้วยตาเปล่าทั่วไทย (3,896 engagements)
- Thairath** : มีการทวีตสูงสุดในวันอังคาร โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือสนธิญา มาแล้ว! แจ่งจับ "ทราย เจริญปุระ" สนับสนุนมือบ 19 กันยา ชี้ดาราคกรวางตัวเป็นกลาง (10,758 engagements)
- PPTV** : มีการทวีตสูงสุดในวันพุธ โดยทวีตที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ทีมวินว่าไง.. คลิปนี้ถึงมือโค้ช อาจโดนชวนไปเตะทีมชาติ ลีลาเด็ดเกินหน้าตา (28,948 engagements)

ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละสื่อ

KEY FINDING

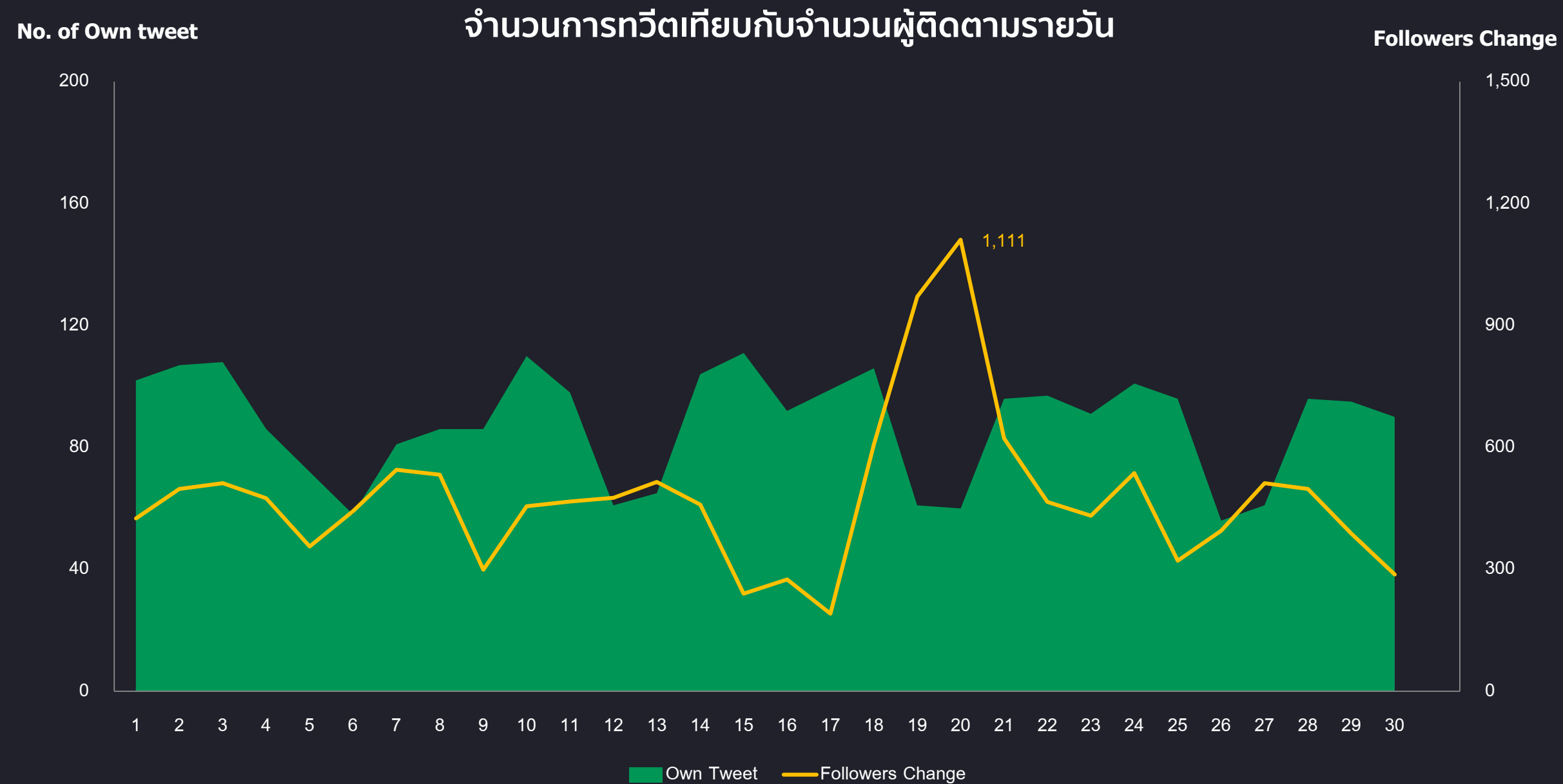
Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 สื่อ (แยกรายชั่วโมง)



- ThaiPBS** : มีจำนวนการทวีตสูงสุดช่วง 06.00 น. จำนวน 195 ทวีต โดยมาจากทวีตรายการทันข่าวเด่น (110 tweets, 6,807 engagements) และ วันใหม่ไทยพีบีเอส (49 tweets, 7,514 engagements)
- Thairath** : จำนวนทวีตสูงสุดในช่วงเวลา 07.00 น. จำนวน 237 ทวีต โดยชาวที่ได้ Engagement สูงสุด คือ อดีตกษัตริย์ สวณ คาร์ลอส แห่งสเปน เตรียมเสด็จไป ฟานักในต่างประเทศ หลังพระองค์ถูกสอบสวนเชื่อมโยง คดีคอร์รัปชันทางการเงิน (1,210 engagements)

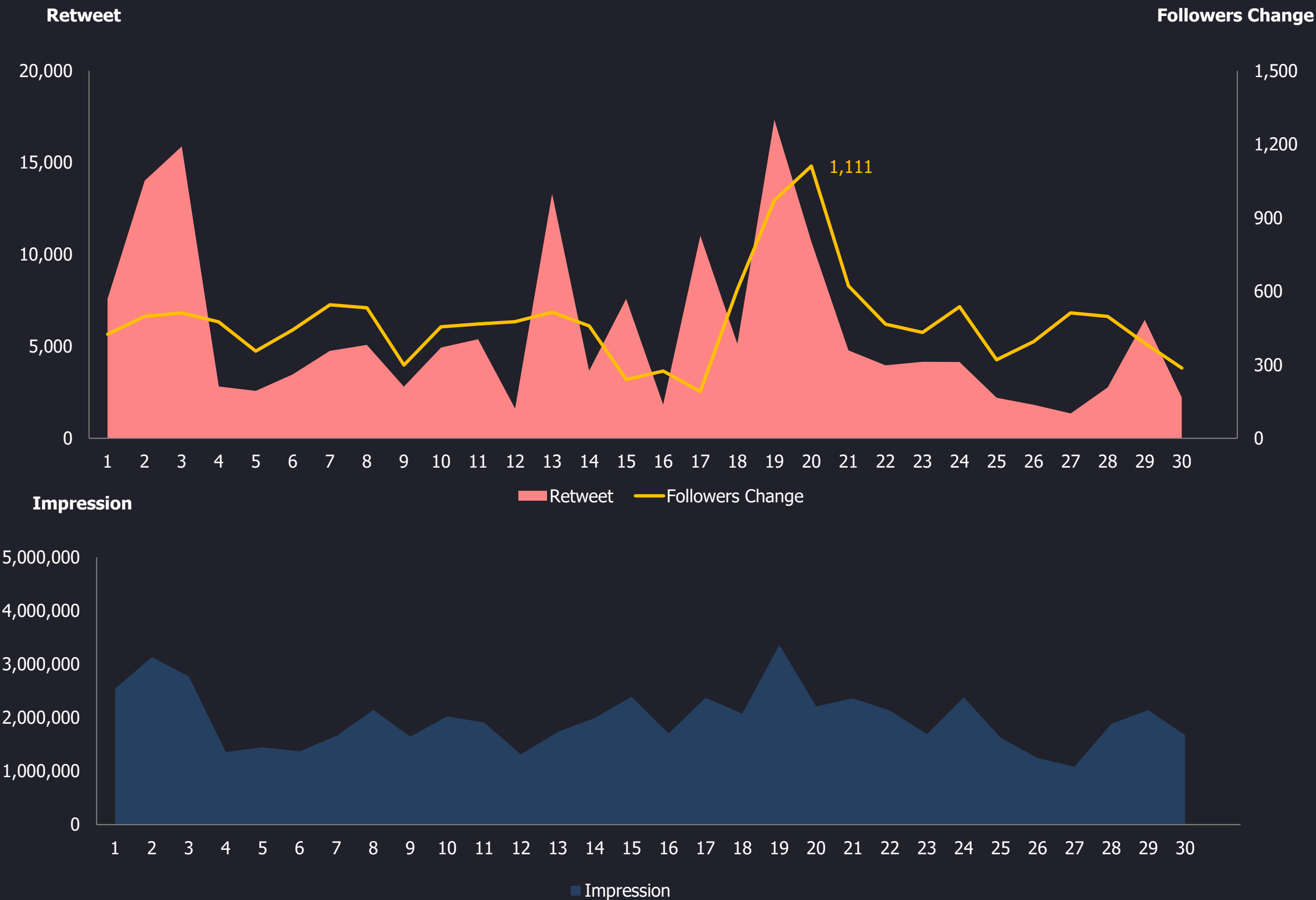
จำนวนการทวิตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

KEY FINDING



- ช่วงวันที่ 20 ก.ย. จำนวน Follower เพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 1,111 followers โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ ผู้สื่อข่าวรายงานว่า จนท.นารถเมล์มำกัน บริเวณศาลหลักเมือง โดยมีตำรวจยื่นเรียงหน้ากระดาน และแพ่งเหล็ก 2 ชั้น ตั้งแต่ด้านหน้าศาลฎีกา (6,768 engagements)
- จำนวน Own Tweet ตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ย Tweet อยู่ที่ 88 tweets : day

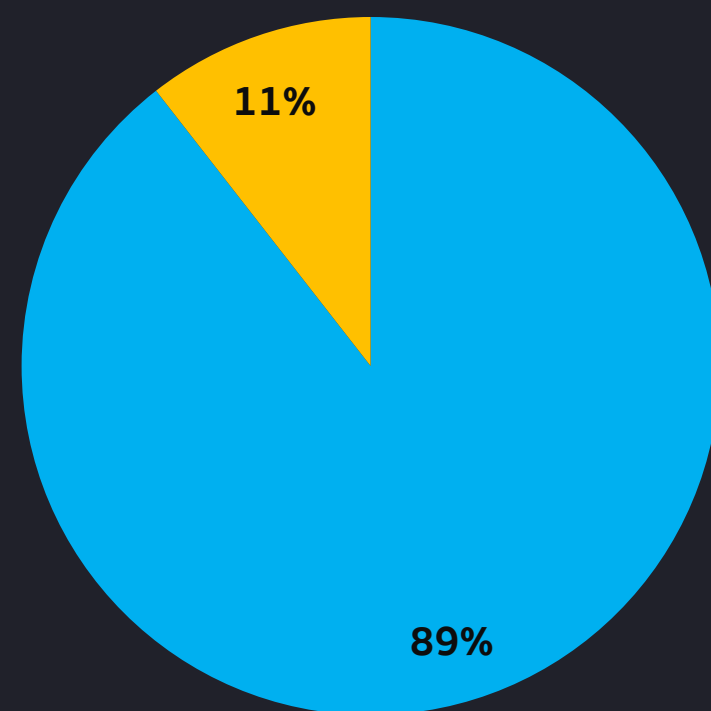
จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวิต และ Impression



KEY FINDING

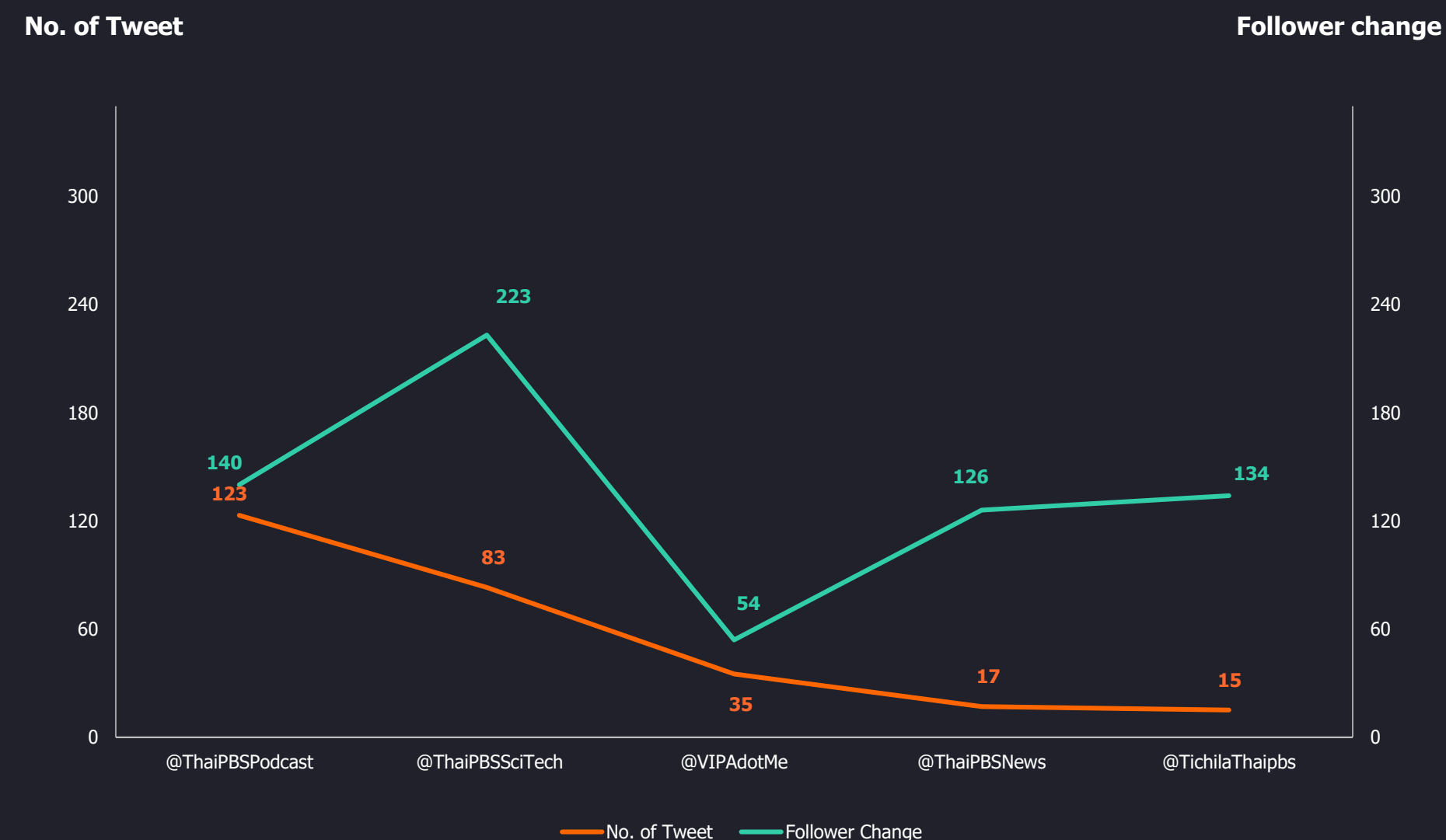
- ช่วงวันที่ 19 ก.ย. จำนวนรีทวีตสูงสุด จากข่าวปล่อยตัวแล้ว "จับตาการชุมนุมวันนี้ (19 ก.ย. 63) ซึ่งมีการชุมนุมหลายจุดทั้งที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และบริเวณอนุสรณ์สถาน 14 ตุลา ทั้งนี้แกนนำยอมรับว่า ห่วงเรื่องความปลอดภัย และฝนที่อาจตกลงมาอย่างหนัก (1,255 RTs)
- ช่วงวันที่ 19 ก.ย. ได้รับ Impression สูงสุด จำนวน 3,362,041 โดยมาจากทวิต "จับตาการชุมนุมวันนี้ (19 ก.ย. 63) ซึ่งมีการชุมนุมหลายจุดทั้งที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และบริเวณอนุสรณ์สถาน 14 ตุลา ทั้งนี้แกนนำยอมรับว่า ห่วงเรื่องความปลอดภัย และฝนที่อาจตกลงมาอย่างหนัก" (67,438 impressions)

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น
(ผู้สื่อข่าว, ทวิตเตอร์รายการ)



■ ข้อความที่ทวิตเอง ■ ทวิตจากผู้อื่น

5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา
และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละสื่อ



26,498
engagements
(3 Sep)



125,235
engagements
(8 Sep)



2,185
engagements
(19 Sep)



125,935
engagements
(19 Sep)



20,250
engagements
(19 Sep)

Engagement

130,000
120,000
110,000
100,000
90,000
80,000
70,000
60,000
50,000
40,000
30,000
20,000
10,000
0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

Thairath

PPTV

ThaiPBS

Nation

SpringNews

Engagement
(Thairath)

130,000
120,000
110,000
100,000
90,000
80,000
70,000
60,000
50,000
40,000
30,000
20,000
10,000
0

Day

Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้นๆ

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของแบรนด์องค์กร

1



10,101 RTs

2



8,905 RTs

3



6,769 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



1,536 RTs

2



822 RTs

3



481 RTs

3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



176K Views

2



141K Views

3



110K Views



3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

521,659



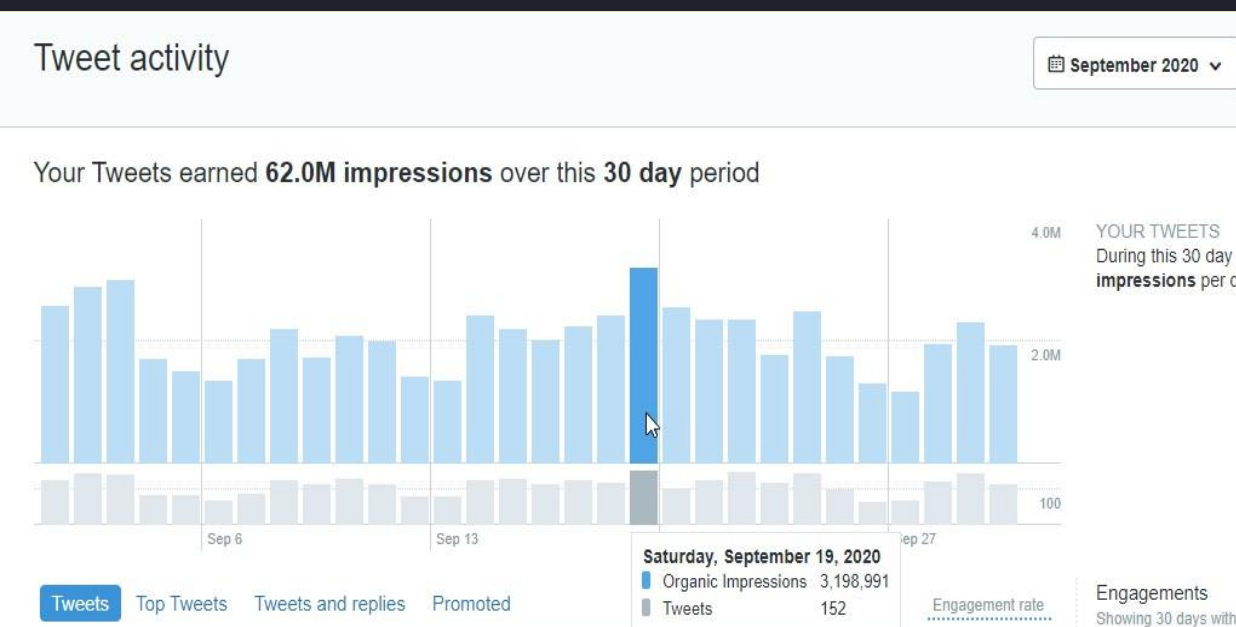
2

407,576



3

383,038



<< ภาพรวมเดือน ก.ย. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 62 ล้านครั้ง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนถึง 2.4 ล้านครั้ง โดยสูงสุดวันที่ 19 ก.ย. ถูกมองเห็นจำนวน 3.1 ล้านครั้ง จาก 152 ทวิต โดยมาจากทวิต “จับตากรณณมวันนี้ (19 ก.ย. 63) ซึ่งมีการชุมนุมหลายจุดทั้งที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และบริเวณอนุสรณ์สถาน 14 ตุลา ทั้งนี้แกนนำยอมรับว่า หวังเรื่องความปลอดภัย และฝนที่อาจตกลงมาอย่างหนัก” (Impression = 67,438)

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

1



7K Views

2



5.6K Views

3



5.3K Views

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

1



882 Views

2



931 Views

3



932 Views

3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มี การมีส่วนร่วม (Engagement) มากที่สุด

1



10,101 engagements

2



8,905 engagements

3



8,417 engagements

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



54,417 RTs



18,185 RTs



16,939 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลข.)



643 RTs



427 RTs



419 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบบรณรงค์องค์กรและพลช.)



10,401 RTs



7,888 RTs



5,070 RTs

3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรินด์องค์กรและพลข.)



28,948 RTs

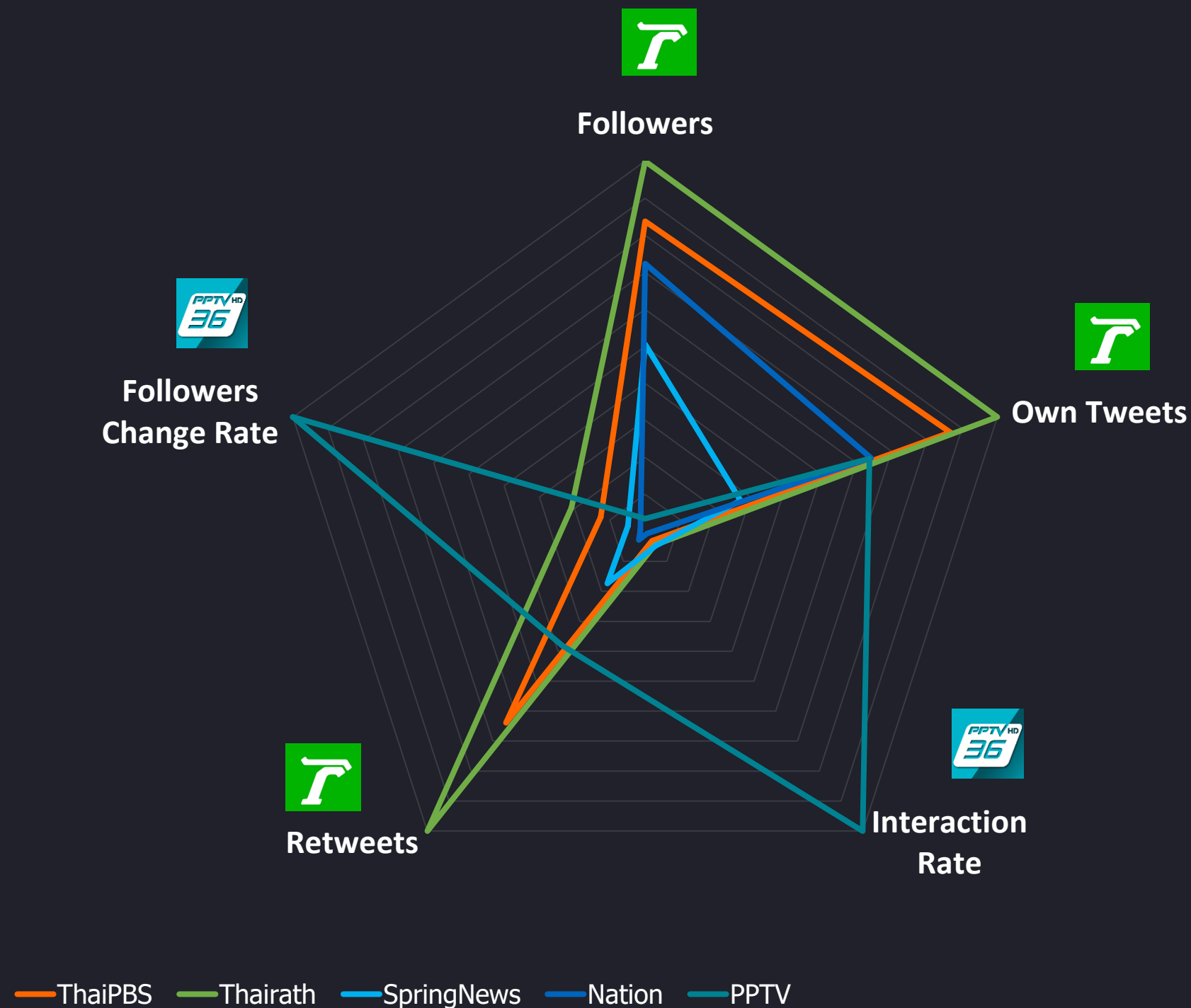


20,853 RTs



13,311 RTs

ประสิทธิภาพของสื่อในแต่ละด้าน



Interaction rate : ประสิทธิภาพของการทวิต
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลง
ของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower: จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
Own tweet : จำนวนทวีตทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

Strength

Follower : 2,904,245

Own Tweet : 2,632

Retweet : 162,926

Weakness

Interaction Rate : 0.32

Followers Change Rate : 0.49%

Key Finding

- ในเดือนนี้ ThaiPBS ค่อนข้างมีประสิทธิภาพดีในด้าน Followers Own Tweets และ Retweets แต่ในด้าน Interaction Rate และ Follower Change Rate พบว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อย
- ในเดือนนี้ ThaiPBS มียอดรีทวีตรองจาก Thairath

ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับสื่อมากที่สุดของเดือน

1



616 Mentions

@Woshixiaozhu94

<https://twitter.com/Woshixiaozhu94>

2



506 Mentions

@irine19_BKK

https://twitter.com/irine19_BKK

3



436 Mentions

@ka_mung

https://twitter.com/ka_mung

4



333 Mentions

@teukyu1003

<https://twitter.com/teukyu1003>

5



301 Mentions

@PPRP_Unofficial

https://twitter.com/PPRP_Unofficial