

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter” ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ศึกษาการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ศึกษาการติดตามของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ศึกษาการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามจำแนกออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter การเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter การติดตามของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter และความคิดเห็นเพิ่มเติม จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า T-test, F-test และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter” ทั้ง 5 ด้าน ขอสรุปการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 มีสถานภาพโสด 195 คน คิดเป็น ร้อยละ 48.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีรายได้ 20,001-30,000 บาท 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25

2. ด้านการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านเพจ The Matter ทุกวัน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ติดตามอ่านไม่เป็นช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่เหมาะสมหรือว่างจากการทำงาน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ใช้ระยะเวลาในการเข้ามาอ่านไม่แน่นอน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ติดตามน้อยกว่า 1 ปี 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ใช้สมาร์ทโฟน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 เลือกรับข่าวสารหรือบทความที่น่าสนใจ กระชับ เข้าใจง่าย 190 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 มีคอลัมน์ประจำที่ติดตาม คือ คอลัมน์Pulse (บทความเกี่ยวกับกระแสความสนใจของผู้คนในปัจจุบัน) เป็นอันดับ 1 จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

3. ด้านการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.46 ด้านเนื้อหาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีประโยชน์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 เกี่ยวกับการนำเสนอแบบบทความ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ด้านการเผยแพร่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 เกี่ยวกับการเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55

4. ด้านการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 ใช้เป็นคลังข้อมูลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 เกี่ยวกับการได้นำข่าวสารไปพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนและการได้นำข่าวสารไปส่งต่อ (Share) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 การติดตามเพจเป็นการบ่งบอกถึงความชื่นชอบข่าวสารของตนเองอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 เพื่อได้ลดความตึงเครียดของตนเองอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62

5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน พบว่า มีเพียงลักษณะทางประชากรด้านเพศที่ไม่แตกต่าง แต่ช่วงอายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน พบว่า เพศ สถานภาพ วุฒิการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ช่วงอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย

ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกันพบว่าช่วงเวลาในการอ่าน ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่าน ระยะเวลาการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ต่างกัน มีผลต่อระดับพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ความถี่ในการอ่าน อุปกรณ์ที่ใช้อ่าน สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน พบว่าความถี่ในการอ่าน ช่วงเวลาในการอ่าน สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่าน ระยะเวลาการติดตามเพจ และอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter พบว่าพฤติกรรมติดตาม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทุกด้านของการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter” พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านเพจ The Matter ทุกวัน และติดตามอ่านไม่เป็นช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับเวลาที่เหมาะสมหรือว่างจากการทำงาน ผู้อ่านจะใช้ระยะเวลาในการเข้ามาอ่านไม่แน่นอน เลือกอ่านจากเนื้อหาข่าวหรือบทความน่าสนใจ กระชับ เข้าใจง่าย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกคอลัมน์ Pulse บทความเกี่ยวกับกระแสความสนใจของผู้คนในปัจจุบันเป็นอันดับแรก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ใช้สื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และทันต่อเหตุการณ์ในสังคมให้กับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจได้ทราบ จึงถือได้ว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านเฟซบุ๊ก เนื่องจากมีความสะดวกการรับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม มีการนำเสนอข่าวและบทความที่หลากหลายประเภท อีกทั้งยังมีการเปิดรับข่าวสารในเวลาว่างหรือว่างจากการทำงานให้เกิดประโยชน์ จึงสอดคล้องกับแนวคิดของ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) การเปิดรับข่าวสารจาก

สื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะ ช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยน ลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับ ความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจใน การใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป โดยสอดคล้องกับแนวคิด โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960, อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 17) ได้กล่าวไว้ว่าการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตาม ความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

2. การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบ และด้านการเผยแพร่ เข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง จากการวิจัยพบว่าผู้อ่านมีความ สนใจในด้านเนื้อหามากที่สุด โดยให้ความเห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีเนื้อหาที่ หลากหลายและมีประโยชน์ จึงสอดคล้องกับแนวคิดของเกลโลเวย์ และมีค (Galloway & Meek, 1981, pp. 435-449) กล่าวไว้ว่า ในบางครั้งการติดตามสามารถเกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ซึ่งก่อให้เกิดผลต่อมา คือ ผู้รับสารเกิดความคาดหวังต่อสื่อ และเนื้อหาสื่อ เพื่อผลลัพธ์ คือความพึง พอใจที่จะได้รับ จนเกิดการติดตาม โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ สเวนสัน (Swenson, 1987, pp. 237-254, อ้างถึงใน มาริยา ไชยเศรษฐ์, 2546) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาความสัมพันธ์ของการ ติดตามและการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Seeking) ที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับ ข่าวสารนั้นจะสามารถนำไปสู่ความเข้าใจอันแจ่มชัดต่อเหตุการณ์ (Consequence) และแรงจูงใจ (Motivation Sources) ที่เป็นตัวก่อให้เกิดความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจโดยผ่านการ เปิดรับข่าวสาร การให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในรูปแบบของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจ และการเปิดรับข่าวสารผ่านทางทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจ

3. การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter จากการวิจัยพบว่าผู้อ่านส่วน ใหญ่ใช้ข่าวและบทความจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อเป็นคลังข้อมูลสำหรับนำข้อมูลที่ได้ ไปใช้ประโยชน์ต่อ ถือได้ว่าข่าวและบทความของเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำอ้างอิงและใช้ประโยชน์ต่อได้ ทั้งในด้านข่าวสาร หรือ การวิเคราะห์แสดงความคิดเห็น ของตนเอง เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม การได้นำข่าวสารที่ได้อ่านไปพูดคุยกับกลุ่ม เพื่อนมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในวงกว้าง ตลอดจนการได้นำข่าวสารไปส่งต่อ (Share)

เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล เป็นการบ่งบอกถึงความชื่นชอบข่าวสารของตนเอง และทั้งนี้ยังใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์ มีความสนุกสนานที่ได้อ่าน จึงสอดคล้องกับแนวคิดของ วิมลพรรณ อาภาเวท สวัสดิตรี ชีวะสาธน์ และชาญ เดชอัศวอง (2554) พบว่า การใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร นั้น มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิงและความสนุกสนานที่หลากหลาย การใช้เพื่อสนทนากับเพื่อนและคนอื่นๆ ใช้ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ใช้ช่วยสร้างความสัมพันธ์ การใช้เวลาว่าง การแสดงออกด้านความคิดของตนเอง และเพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ

J. Raacke และ Raacke (2008) พบว่า ในการวิจัยพฤติกรรมการใช้ของผู้ที่เล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊กกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาจำนวน 160 คน โดยนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาปรับใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87.1 ได้สมัครใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมากเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อ คือ ใช้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนเก่าถึงร้อยละ 96 ใช้ติดต่อกับเพื่อนปัจจุบันร้อยละ 91 และใช้สำหรับติดต่อกับเพื่อนใหม่ร้อยละ 54.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้เครือข่ายสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์เพื่อติดต่อกับเพื่อน และพบว่าผู้ใช้มีแรงผลักดันหรือแรงจูงใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ การโพสต์รูปภาพ หรือดูรูปภาพ ร้อยละ 57.4 ใช้เรียนรู้ ร้อยละ 33.7 และสำหรับโพสต์ข้อมูลข่าวสารทางสังคม ร้อยละ 21.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารจากงานวิจัยนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ของ McQuail (1987, p. 167) ได้กล่าวถึงการสื่อสารว่าเป็นการให้และการรับความหมาย การถ่ายทอดและรับสาร ที่รวมถึงแนวคิดการโต้ตอบ แบ่งปัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วย สื่อจึงถือว่ามีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่กระจายสารให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร โดยสอดคล้องกับแนวคิด ขจรจิต บุณนาค (2557, หน้า 170 – 184) การสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้รับสารมีลักษณะเฉพาะเจาะจง และสามารถเลือกสื่อที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อสะท้อน สนับสนุนหรือสร้างความต่าง เช่น ในการแสดงตัวตนที่ไม่ใช่ตัวตนบนสังคมออนไลน์ เป็นการสะท้อนความต้องการภายในจิตใจของตนเอง หรือต้องการที่จะสร้างโลกใหม่เพื่อมาปกป้องหรือปกปิดตัวตนที่แท้จริง หรือในการทำธุรกิจการใช้ประโยชน์จากสื่อ สิ่งเหล่านี้จะหล่อหลอมให้เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งในทางธุรกิจในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนมีความจำเป็นในการสร้างบุคลิกลักษณะของนักธุรกิจถึงแม้จะเป็นการสื่อสารทางอ้อมก็ตาม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัยเรื่อง “การติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter จะพบว่า มีผู้อ่านเข้ามาแสดงความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์มากขึ้นเรื่อยๆ เป็นการสะท้อนว่ามีผู้อ่านทั้งเก่าและใหม่ให้ความสนใจในการแสดงความคิดเห็นมากขึ้น จึงควรพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านให้มากยิ่งขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่านในช่วงอายุ วุฒิการศึกษา และระดับความสนใจ โดยอาจเน้นบทความที่ทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองและบทความหรือข่าวที่เป็นกระแสสังคมปัจจุบัน เพราะปฏิเสธไม่ได้ว่าในบริบทสังคมปัจจุบันนี้ผู้ที่สนใจเรื่องข่าวสารบ้านเมืองจะมีช่วงอายุที่น้อยลงเรื่อยๆ อาจเนื่องมาจากโลกปัจจุบันที่มีสังคมออนไลน์ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ไม่ยาก ผู้อ่านส่วนใหญ่ที่ได้จากการวิจัยเป็นผู้อ่านที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ถือว่ายังเป็นกลุ่มวัยทำงานที่เพิ่งผ่านช่วงวัยรุ่น หรือเป็นวัยที่เพิ่งเริ่มทำงาน กลุ่มคนเหล่านี้จะมีความสนใจในข่าวสารที่เป็นปัจจุบันและมีการแสดงความคิดเห็นที่ตรงไปตรงมา มีเหตุและผลมารองรับการแสดงความคิดเห็นของตนเอง เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของตนเอง ทั้งนี้ควรเพิ่มสาระความรู้และบทความบันเทิงอื่นๆ เข้ามาให้สอดคล้องกับผู้อ่านที่ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ให้มากยิ่งขึ้น

2. การใช้ประโยชน์ที่มีต่อผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบทความต่างๆ ในทุกๆ ด้าน เนื่องจากมีผู้อ่านที่หลากหลาย ผู้วิจัยจะต้องทบทวนว่ากลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์โดยตรงจากการวิจัยหรือการนำผลการวิจัยไปขยายผลดำเนินงานหรือประยุกต์ใช้อย่างไรให้สะดวกรวดเร็วและทันต่อความต้องการ อาจมีการเพิ่ม Info Graphic ที่เข้าใจง่าย เนื่องจากผลการวิจัยชี้ว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยใช้เป็นคลังข้อมูลมากที่สุด ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ซึ่งอาจนำข้อมูลที่ได้ไปอ้างอิงในงานของตนเอง หรือเพื่อเป็นการกระจายข่าวสารนั้นๆ ไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มเพื่อนเป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับการติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้อาจมีหลากหลายอาชีพมาก ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในด้านสื่อโดยเฉพาะ

เพื่อเป็นการวัดผลที่เจาะจงในการนำข้อมูลและบทความไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเพิ่มองค์ประกอบในการพัฒนาธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ช่วยขยายหรือพัฒนาองค์ความรู้ในประเด็นที่มีคุณค่าต่อการศึกษาในอนาคต