บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแบบ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์สำรวจผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในแฟนเพจเฟซบุ๊กของรายการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สำหรับการวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มประชากร ในช่วงเดือนสิงหาคม 2560 – ตุลาคม 2560 โดยการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" เท่านั้น โดยกระจายแบบสอบถามออกไปในช่องทางออนไลน์ ซึ่งสามารถแบ่งประเด็นเพื่อตอบปัญหาแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตอนที่ 4 ความคาดหวังของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

รายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางที่เกี่ยวของกับเนื้อหาของผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของผู้รับชมตามตารางที่ 4.1-4.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	83	20.75
หญิง	317	79.25
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และเพศชายจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 79.25

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	200	50.00
15-25 ปี	74	18.50
26-35 ปี	76	19.00
มากกว่า 36 ปี	50	12.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 15 ปี มากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ อายุ 26-35 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 อายุ 15-25 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และอายุมากกว่า 36 ปีน้อยที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	74	18.5
มัธยมศึกษา	148	37.00
ปริญญาตรี	139	34.75
สูงกว่าปริญญาตรี	39	9.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับ มัธยมศึกษา มากที่สุด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ระดับประถมศึกษา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีน้อยที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	54.00
10,001 - 20,000 บาท	76	19.00
20,001 - 30,000 บาท	52	13.00
มากกว่า 30,000 บาท	56	14.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือมีรายได้10,001 - 20,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และรายได้ 20,001 - 30,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	352	88.00
สมรส	26	6.50
หย่าร้าง	14	3.50
อื่นๆ	8	2.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมา สถานภาพสมรส จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน

14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และสถานภาพอื่นๆน้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	231	57.75
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	1.50
พนักงานบริษัท	59	14.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ	39	9.75
เจ้าของกิจการ	38	9.50
อื่นๆ	27	6.75
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมามีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 อาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 อาชีพอื่นๆ จำนวน 27 คิดเป็นร้อยละ 6.75 และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ได้แก่ การให้ความสำคัญในการเปิดรับชมรายการ ช่องทางในการรับชมรายการ ช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ ช่องทางการติดตาม ซึ่งจะแสดงผลได้ตามตารางที่ 4.7-4.12 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ช่องทางการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	323	80.75
Youtube	66	16.50
Facebook	11	2.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จากช่องทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมา ช่องทาง Youtube จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และช่องทาง Facebook น้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ช่องทางการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	209	52.25
Youtube	55	13.75
Facebook	136	34.00
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 4.84 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จากช่องทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา ช่องทาง Facebook จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และช่องทาง Youtube น้อยที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ช่องทางการติดตามรายการ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	237	59.25
Youtube	79	19.75
Facebook	84	21.00
อื่นๆ โปรดระบุ	0	0.00
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาคือ ช่องทาง Facebook จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ช่องทาง Youtube จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และอื่นๆ โปรดระบุน้อยที่สุด จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" บ่อยเพียงใดใน 1 เดือน

ความถี่ในการรับชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1 วันต่อเดือน	35	8.75
2 วันต่อเดือน	59	14.75
3 วันต่อเดือน	58	14.50
ตลอดทั้งเดือนที่มีรายการ	248	62.00
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่าง มีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" โดยตลอดทั้งเดือนที่มีรายการ มากที่สุด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ 2 วันต่อเดือน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 รับชม 3 วันต่อเดือน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ 1 วันต่อเดือนน้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของการติดตามชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ความถี่ของการติดตามชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1 ซีซั่นของรายการ	29	7.25
2 ซีซั่นของรายการ	103	25.75
3 ซีซั่นของรายการ	144	36.00
มากกว่า 4 ซีซั่นของรายการ	124	31.00
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่าง มีความถี่ของการติดตามชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" โดย 3 ซีซั่นของรายการมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ซีซั่นของรายการ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ถัดไปคือรับชม 2 ซีซั่นของรายการ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และ 1 ซีซั่นของรายการ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ของการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ลักษณะของการรับชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดจนจบรายการ	168	42.00
เปลี่ยนช่องเมื่อมีการโฆษณา	81	20.25
ชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย	141	35.25
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	10	2.50
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะของการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" โดยตั้งใจชมตลอดจนจบรายการ มากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 เปลี่ยนช่องเมื่อมีการโฆษณา จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	จำนวน (คน) / ร้อยละ					ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านเนื้อหารายการ								
1. เนื้อหาของรายการที่มีความทันสมัย ทันยุคในปัจจุบัน	119	203	77	1	0	4.10	0.70	มาก
	29.75%	50.75%	19.25%	0.25%	0.00%			
2. เนื้อหาที่นำเสนอมีความชัดเจน และให้สาระความรู้	114	226	56	4	0	4.13	0.67	มาก
	28.50%	56.50%	14.00%	1.00%	0.00%			
3. เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อเด็กที่รับชมรายการ	139	219	40	2	0	4.24	0.64	มากที่สุด
	34.75%	54.75%	10.00%	0.50%	0.00%			
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.15**	**0.67**	**มาก**
ด้านการนำเสนอข้อมูล								
4. ข้อมูลข่าวสารสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	102	194	97	6	1	3.98	0.76	ปานกลาง
	25.50%	48.50%	24.25%	1.50%	0.25%			
5. การนำเสอข้อมูลที่มีความทันสมัย	128	204	65	3	0	4.14	0.70	มาก
	32.00%	51.00%	16.25%	0.75%	0.00%			
6. ข้อมูลข่าวสารที่ที่นำเสนอตรงตามกับความต้องการ	123	202	66	9	0	4.10	0.74	มาก
	30.75%	50.50%	16.50%	2.25%	0.00%			
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.07**	**0.73**	**มาก**

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ด้านรูปแบบของรายการ								
7. การนำเสนอมุมมองที่หลากหลายของคณะกรรมการ	143	202	52	3	0	4.21	0.69	มากที่สุด
	35.75%	50.5%	13%	0.75%	0.00%			
8. รูปแบบรายการที่มีความทันสมัยน่าสนใจและเข้าใจง่าย	152	210	36	2	0	4.28	0.64	มากที่สุด
	38.00%	52.50%	9.00%	0.50%	0.00%			
9. เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในช่องทาง facebook	160	188	49	3	0	4.26	0.70	มากที่สุด
	40.00%	47.00%	12.25%	0.75%	0.00%			
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.25**	**0.67**	**มากที่สุด**
ด้านพิธีกร								
10. ความเหมาะสมของพิธีกร คุณกบ ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี และคุณจอย รินลณี ศรีเพ็ญ	159	196	43	2	0	4.28	0.67	มากที่สุด
	39.75%	49.00%	10.75%	0.50%	0.00%			
11. การดำเนินรายการของพิธีกร คุณกบ ทรงสิทธิ์ ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี และคุณจอย รินลณี ศรีเพ็ญ	162	201	36	1	0	4.31	0.64	มากที่สุด
	40.5%	50.25%	9%	0.25%	0%			
12. การใช้ภาษาของพิธีกรคุณกบ ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี และคุณจอย รินลณี ศรีเพ็ญ	167	197	34	2	0	4.32	0.65	มากที่สุด
	41.75%	49.25%	8.5%	0.5%	0%			
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.30**	**0.65**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ด้านคณะกรรมการ								
13. การแสดงความคิดเห็นของคณะกรรมการ คุณตึงเหน่ง รัดเกล้า อามระดิษ	125	207	64	4	0	4.13	0.70	มาก
	31.25%	51.75%	16.00%	1.00%	0.00%			
14. การแสดงความคิดเห็นของคณะกรรมการ คุณติ๊กชีโร่ มนัสวินนันทเสน	115	192	83	5	5	4.02	0.81	มาก
	28.75%	48.00%	20.75%	1.25%	1.25%			
15. การแสดงความคิดเห็นของคณะกรรมการ คุณลุลา กันยารัตน์ ติยะพรไชย	128	173	89	10	0	4.05	0.80	มาก
	32.00%	43.25%	22.25%	2.50%	0.00%			
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.06**	**0.77**	**มาก**
ด้านผู้เข้าประกวด								
16. ศักยภาพของเด็กผู้เข้าประกวด	143	219	35	3	0	4.26	0.64	มากที่สุด
	35.75%	54.75%	8.75%	0.75%	0.00%			
17. การคัดเลือกผู้เข้าประกวด	123	228	46	3	0	4.18	0.65	มาก
	30.75%	57.00%	11.50%	0.75%	0.00%			
18. การตัดสินใจของผู้เข้าประกวด	128	220	47	5	0	4.18	0.68	มาก
	32.00%	55.00%	11.75%	1.25%	0.00%			
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.20**	**0.65**	**มาก**

ค่าเฉลี่ย = 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.65 ระดับการรับรู้ = มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของรายการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านการนำเสนอข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านรูปแบบรายการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านพิธีกรรายการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านคณะกรรมการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านผู้เข้าประกวด

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20

ตอนที่ 4 ความคาดหวังของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละการแสดงความคิดเห็นของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

การแสดงความคิดเห็นของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ด้านเนื้อหารายการ		
1. ปรับเปลี่ยนเนื้อหาการนำเสนอรายการ	97	24.25
2. เพิ่มเติมข้อมูลกติกาการเข้าร่วมประกวดให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น	106	26.50
3. เพิ่มเติมช่วงกิจกรรมในรายการ ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมมากขึ้น เปิดโอกาสเด็กที่ไม่ได้เข้าประกวดในรายการ มามีส่วนร่วมในกิจกรรม	197	49.25
รวม	**400**	**100.00**
ด้านผู้เข้าประกวด		
1. ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าประกวด เช่น แบบทีม เป็นต้น	138	34.50
2. ปรับเปลี่ยนการนำเสนอของผู้เข้าประกวด	110	27.50
3. สอนบุคลิกภาพกับผู้เข้าประกวดให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น	148	37.00
4. อื่นๆโปรดระบุ	4	1.00
รวม	**400**	**100.00**
ด้านรายการ พิธีกรรายการทั้ง 2 ท่าน และคณะกรรมการทั้ง 3 ท่าน		
1. โชว์ความสามารถของกรรมการให้บ่อยขึ้น	153	38.25
2. ให้เด็กมาเป็นพิธีกร่วมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	104	26.00

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

3. ปรับเปลี่ยนกรรมการทุกๆ ซีซั่น ของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"	140	35.00
4. อื่นๆ โปรดระบุ	3	0.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตางรางที่ 4.14 การแสดงความคิดเห็นของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหารายการ แบ่งเป็นรายข้อ ดังนี้ ปรับเปลี่ยนเนื้อหาการนำเสนอรายการ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 เพิ่มเติมข้อมูลกติกาการเข้าร่วมประกวดให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และเพิ่มเติมช่วงกิจกรรมในรายการให้ผู้ชมมีส่วนร่วมมากขึ้น เปิดโอกาสเด็กที่ไม่ได้เข้าประกวดในรายการมามีส่วนร่วมในกิจกรรม จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 ด้านผู้เข้าประกวด แบ่งเป็นรายข้อ ดังนี้ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าประกวด เช่น แบบทีม เป็นต้น จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ปรับเปลี่ยนการนำเสนอของผู้เข้าประกวด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 สอนบุคลิกภาพกับผู้เข้าประกวดให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และอื่นๆโปรดระบุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ด้านรายการ พิธีกรรายการทั้ง 2 ท่าน และคณะกรรมการทั้ง 3 ท่าน แบ่งเป็นรายข้อ ดังนี้ โชว์ความสามารถของกรรมการให้บ่อยขึ้น จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ให้เด็กมาเป็นพิธีกรร่วมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ปรับเปลี่ยนกรรมการทุกๆ ซีซั่น ของรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และ. อื่นๆ โปรดระบุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ด้านเนื้อหาของรายการ	15	3.75
ด้านการนำเสนอข้อมูล	23	5.75
ด้านรูปแบบของรายการ	98	24.50
ด้านพิธีกรรายการ	7	1.75
ด้านคณะกรรมการ	113	28.25
ด้านผู้เข้าประกวด	30	7.50
ไม่แสดงความคิดเห็น	114	28.50
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.15 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่แสดงความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมา ด้านคณะกรรมการ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ด้านรูปแบบของรายการ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ด้านผู้เข้าประกวด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ด้านการนำเสนอข้อมูล จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ด้านเนื้อหาของรายการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ ด้านพิธีกรรายการ น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้รับชมที่แตกต่างจากแฟนเพจ เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ T-test

ตารางที่ 4.16 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร

เพศ	n	Mean	S.D.	T	Sig
ชาย	83	4.78	0.77	-1.293	0.287*
หญิง	317	4.78	0.94		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อ

ช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.17 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 15 ปี	200	4.83	0.90	0.547	0.659*
15 - 25 ปี	74	4.72	0.75		
26 - 35 ปี	76	4.70	0.75		
มากกว่า 36 ปี	50	4.80	0.62		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.3 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.18 ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

การศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ประถมศึกษา	74	4.82	0.74	0.392	0.761*
มัธยมศึกษา	144	4.77	0.87		
ปริญญาตรี	143	4.79	0.87		
สูงกว่าปริญญาตรี	39	4.69	0.52		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.19 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

รายได้	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	4.81	0.91	0.691	0.575*
10,001 - 20,000 บาท	76	4.72	0.75		
20,001 - 30,000 บาท	52	4.75	0.63		
มากกว่า 30,000 บาท	56	4.77	0.66		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.5 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.20 สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	352	4.77	0.95	1.609	0.239*
สมรส	26	4.81	0.26		
หย่าร้าง	14	4.93	-0.13		
อื่นๆ	8	4.75	-1.38		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.6 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.21 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	231	4.81	0.917196	1.103	0.393*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	5	-2.23718		
พนักงานบริษัท	59	4.69	0.66982		
ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ	39	4.77	0.512327		
เจ้าของกิจการ	38	4.63	0.878116		
อื่นๆ	27	4.89	0.81893		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.7 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ T-test

ตารางที่ 4.22 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เพศ	n	Mean	S.D.	T	Sig
ชาย	83	4.60	0.78	-2.324	0.103*
หญิง	317	4.32	0.95		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.8 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.23 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 15 ปี	200	4.45	0.91	1.27	0.329*
15 - 25 ปี	74	4.19	0.77		
26 - 35 ปี	76	4.30	0.77		
มากกว่า 36 ปี	50	4.54	0.64		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.9 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.24 ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

การศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ประถมศึกษา	74	4.57	0.75	0.94	0.452*
มัธยมศึกษา	148	4.32	0.88		
ปริญญาตรี	139	4.37	0.87		
สูงกว่าปริญญาตรี	39	4.31	0.56		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.10 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์""

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.25 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

รายได้	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	4.39	0.92	1.658	0.228*
10,001 - 20,000 บาท	76	4.18	0.78		
20,001 - 30,000 บาท	52	4.52	0.65		
มากกว่า 30,000 บาท	56	4.48	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.11 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.26 สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	352	4.36	0.95	3.872	0.038*
สมรส	26	4.62	0.29		
หย่าร้าง	14	4.71	-0.12		
อื่นๆ	8	4	-1.00		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.12 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.27 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	231	4.37	0.92	2.683	0.056*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	4.83	-2.11		
พนักงานบริษัท	59	4.42	0.69		
ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ	39	4.05	0.59		
เจ้าของกิจการ	38	4.68	0.88		
อื่นๆ	27	4.33	0.84		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.13 **เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**

H_0 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ T-test

ตารางที่ 4.28 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เพศ	n	Mean	S.D.	T	Sig
ชาย	83	2.75	0.87	-1.82	0.166*
หญิง	317	2.69	0.97		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.14 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.29 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 15 ปี	200	2.59	0.95	1.201	0.351*
15 - 25 ปี	74	2.91	0.84		
26 - 35 ปี	76	2.87	0.85		
มากกว่า 36 ปี	50	2.62	0.79		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.15 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.30 ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

การศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ประถมศึกษา	74	2.57	0.86	0.679	0.582*
มัธยมศึกษา	148	2.45	0.93		
ปริญญาตรี	139	2.96	0.91		
สูงกว่าปริญญาตรี	39	3.00	0.69		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธH_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.16 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.31 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

รายได้	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	2.62	0.95	1.497	0.265*
10,001 - 20,000 บาท	76	2.68	0.86		
20,001 - 30,000 บาท	52	2.94	0.77		
มากกว่า 30,000 บาท	56	2.82	0.80		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.17 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.32 สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	352	2.72	0.97	3.744	0.042*
สมรส	26	2.77	0.57		
หย่าร้าง	14	2.36	-0.03		
อื่นๆ	8	2.375	-0.19		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เมื่อพบว่าสถานภาพสมรสไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามสถานภาพสมรส

		สถานภาพสมรส			
สถานภาพสมรส	Mean	**โสด**	**สมรส**	**หย่าร้าง**	**อื่น ๆ**
		2.72	2.77	2.36	2.37
โสด	2.72		-0.05*	0.36*	0.35*
สมรส	2.77			0.41	0.40
หย่าร้าง	2.36				-0.01
อื่นๆ	2.37				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลแสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามสถานภาพสมรส เป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่สถานภาพสมรสโสด มีช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" แตกต่างกับผู้ชมที่สถานภาพสมรสสมรส

ผู้ชมที่สถานภาพสมรสโสด มีช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" แตกต่างกับผู้ชมที่สถานภาพสมรสหย่าร้าง

ผู้ชมที่สถานภาพสมรสโสด มีช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" แตกต่างกับผู้ชมที่สถานภาพสมรสอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.18 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.34 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	231	2.66	0.95	2.558	0.064*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	2.33	-0.75		
พนักงานบริษัท	59	2.75	0.81		
ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ	39	2.82	0.75		
เจ้าของกิจการ	38	2.97	0.73		
อื่นๆ	27	2.52	0.91		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.19 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_0 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_1 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ T-test

ตารางที่ 4.35 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

เพศ	n	Mean	S.D.	T	Sig
ชาย	83	2.51	0.88	-2.968	0.059*
หญิง	317	3.03	0.96		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.20 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_0 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_1 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.36 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 15 ปี	200	3.06	0.94	5.193	0.016*
15 - 25 ปี	74	3.04	0.84		
26 - 35 ปี	76	3.17	0.83		
มากกว่า 36 ปี	50	3.20	0.74		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.21 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.37 ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

การศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ประถมศึกษา	74	3.07	0.83	2.792	0.086*
มัธยมศึกษา	148	2.91	0.92		
ปริญญาตรี	139	3.25	0.91		
สูงกว่าปริญญาตรี	39	3.28	0.66		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.22 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_0 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_1 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.38 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

รายได้	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	3.05	0.94	5.93	0.010*
10,001 - 20,000 บาท	76	3.05	0.84		
20,001 - 30,000 บาท	52	3.21	0.75		
มากกว่า 30,000 บาท	56	3.20	0.77		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ในเวลา 1 เดือน

เมื่อพบว่ารายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ในเวลา 1 เดือน ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ในเวลา 1 เดือน จำแนกตามรายได้

รายได้	Mean	**รายได้**			
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,001 - 20,000 บาท**	**20,001 - 30,000 บาท**	**มากกว่า 30,000 บาท**
		3.05	3.05	3.21	3.20
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.05		0.00*	-0.16*	-0.15*
10,001 - 20,000 บาท	3.05			-0.16	-0.15

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

20,001 - 30,000 บาท	3.21	0.01
มากกว่า 30,000 บาท	3.20	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลแสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน จำแนกตามรายได้

ผู้ชมที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

ผู้ชมที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

ผู้ชมที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.23 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.40 สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	352	3.08	0.96	13.635	0.000*
สมรส	26	3.31	0.49		
หย่าร้าง	14	3.29	-0.07		
อื่นๆ	8	3.5	-0.75		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

เมื่อพบว่าสถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	Mean	สถานภาพสมรส			
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	อื่นๆ
		3.08	3.31	3.29	3.50
โสด	3.08		-0.23*	-0.21*	-0.42*
สมรส	3.31			0.02	-0.19
หย่าร้าง	3.29				-0.21
อื่นๆ	3.50				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน จำแนกตามสถานภาพสมรส จำแนกตามสถานภาพสมรส เป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีสถานภาพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.24 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_0 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

H_1 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.42 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	231	3.06	0.95	10.257	0.000*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	3.17	-1.07		
พนักงานบริษัท	59	3.17	0.78		

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ	39	3.26	0.66
เจ้าของกิจการ	38	3.21	0.64
อื่นๆ	27	2.81	0.90

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน

เมื่อพบว่าอาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	Mean	**นักเรียน/นักศึกษา**	**พ่อบ้าน/แม่บ้าน**	**พนักงานบริษัท**	**ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ**	**เจ้าของกิจการ**	**อื่น ๆ**
		3.06	3.17	3.17	3.26	3.21	2.81
นักเรียน/นักศึกษา	3.06		-0.11*	-0.11*	-0.20*	-3.32*	-2.92*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.17			0.00	-0.09	-3.21	-2.81
พนักงานบริษัท	3.17				-0.09	-3.21	-2.81
ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ	3.26					-3.21	-2.81
เจ้าของกิจการ	3.21						-2.81
อื่นๆ	2.81						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือนแตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.25 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

H_0 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ T-test

ตารางที่ 4.44 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เพศ	N	Mean	S.D.	T	Sig
ชาย	83	4.00	0.81	-2.678	0.075*
หญิง	317	4.02	0.95		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.26 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

H_0 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.45 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อายุ	N	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 15 ปี	200	4.17	0.92	2.285	0.131*
15 - 25 ปี	74	3.88	0.79		
26 - 35 ปี	76	3.92	0.79		
มากกว่า 36 ปี	50	3.76	0.70		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.27 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.46 ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

การศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ประถมศึกษา	74	4.28	0.77	1.613	0.238*
มัธยมศึกษา	148	4.11	0.89		
ปริญญาตรี	139	3.95	0.89		
สูงกว่าปริญญาตรี	39	3.41	0.65		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.28 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

H_0 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.47 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

รายได้	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	4.16	0.92	2.87	0.081*
10,001 - 20,000 บาท	76	4.00	0.79		
20,001 - 30,000 บาท	52	3.94	0.70		
มากกว่า 30,000 บาท	56	3.57	0.74		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.29 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.48 สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	352	4.05	0.95	6.911	0.006*
สมรส	26	4.00	0.38		
หย่าร้าง	14	2.93	-0.05		
อื่นๆ	8	4.5	-1.25		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เมื่อพบว่าสถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.49 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	Mean	**สถานภาพสมรส**			
		โสด	**สมรส**	**หย่าร้าง**	**อื่น ๆ**
		4.05	4.00	2.93	4.50
โสด	4.05		0.05*	1.12*	-0.45*
สมรส	4.00			1.07	-0.50
หย่าร้าง	2.93				-1.57
อื่นๆ	4.50				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" แตกต่างกับผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" แตกต่างกับผู้ชมที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" แตกต่างกับผู้ชมที่มีสถานภาพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.30 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อการติดตามชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" บ่อยในแต่ซีซั่นของรายการ

H_0 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

H_1 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.50 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	231	4.12	0.93	4.943	0.005*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	4.83	0.19		
พนักงานบริษัท	59	3.86	0.93		

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ	39	4.08	0.90
เจ้าของกิจการ	38	3.45	0.91
อื่นๆ	27	4.04	0.85

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เมื่อพบว่าอาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.51 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	Mean	**นักเรียน/นักศึกษา**	**พ่อบ้าน/แม่บ้าน**	**พนักงานบริษัท**	**ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ**	**เจ้าของกิจการ**
		4.12	4.83	3.86	4.08	3.45
นักเรียน/นักศึกษา	4.12		-0.71*	0.26*	0.04*	-4.16*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.83			0.97	0.75	-3.45
พนักงานบริษัท	3.86				-0.22	-3.45
ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ	4.08					-3.45
เจ้าของกิจการ	3.45					
อื่นๆ	4.04					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีวามต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีวามต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีวามต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีวามต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีวามต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างกับผู้ชมที่มีอาชีพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.31 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.52 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เพศ	n	Mean	S.D.	T	Sig
ชาย	83	3.58	0.83	-2.439	0.093*
หญิง	317	4.13	0.95		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.32 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.53 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อายุ	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 15 ปี	200	4.26	0.91	1.481	0.269*
15 - 25 ปี	74	4.14	0.78		
26 - 35 ปี	76	4.05	0.79		
มากกว่า 36 ปี	50	4.14	0.67		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.33 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อการลักษณะการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.54 ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

การศึกษา	n	Mean	S.D.	F	Sig
ประถมศึกษา	74	4.28	0.77	1.064	0.400*
มัธยมศึกษา	148	4.18	0.89		
ปริญญาตรี	139	4.21	0.88		
สูงกว่าปริญญาตรี	39	3.90	0.60		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อการลักษณะการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.34 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.55 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

รายได้	n	Mean	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	4.23	0.92	1.865	0.189*
10,001 - 20,000 บาท	76	4.03	0.79		
20,001 - 30,000 บาท	52	4.29	0.67		
มากกว่า 30,000 บาท	56	4.13	0.71		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 1.35 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.56 สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สถานภาพสมรส	n	Mean	S.D.	F	Sig
โสด	352	4.18	0.95	4.406	0.026*
สมรส	26	4.19	0.36		
หย่าร้าง	14	4.64	-0.12		
อื่นๆ	8	3.625	-0.81		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ สถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เมื่อพบว่าสถานภาพสมรสของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.57 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	Mean	**สถานภาพสมรส**			
		โสด	**สมรส**	**หย่าร้าง**	**อื่น ๆ**
		4.18	4.19	4.64	3.62
โสด	4.18		-0.01*	-0.46*	0.56*
สมรส	4.19			-0.45	0.57
หย่าร้าง	4.64				1.02
อื่นๆ	3.62				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"จำแนกตามสถานภาพสมรส เป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีสถานภาพหย่าร้าง

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสโสดมีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีสถานภาพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.36 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_0 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

H_1 : อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ F-test โดยใช้วิธี One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.58 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	231	4.21	0.93	3.039	0.037*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	4.50	-1.85		
พนักงานบริษัท	59	4.02	0.70		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig < 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

เมื่อพบว่าอาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.59 แสดงผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" จำแนกตามสถานภาพอาชีพ

อาชีพ	Mean	นักเรียน/นักศึกษา	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	พนักงานบริษัท	ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ	เจ้าของกิจการ	อื่นๆ
		4.21	4.5	4.02	4	4.37	4.22
นักเรียน/นักศึกษา	4.21		-0.29*	0.19*	0.21*	-4.66*	-4.51*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.50			0.48	0.50	-4.37	-4.22
พนักงานบริษัท	4.02				0.02	-4.37	-4.22
ข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานรัฐ	4.00					-4.37	-4.22
เจ้าของกิจการ	4.37						-4.22
อื่นๆ	4.22						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 ผลการทดสอบการเปรียบเทียบรายคู่ลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"จำแนกตามสถานภาพอาชีพ เป็นรายคู่ LSD ได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชกาลรัฐวิสาหกิจ/หน่วนงานรัฐ

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ

ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่าง ผู้ชมที่มีอาชีพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่ต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาข้อมูลที่แตกต่างกัน

H_0 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาข้อมูล

H_1 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาข้อมูล

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.60 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาข้อมูลที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านเนื้อหาของรายการ	
ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	df	Sig
ช่องทางการเปิดรับชม	7	0.395*
ช่องทางเปิดรับข่าวสาร	7	0.395*
ช่องทางการติดตามรายการ	7	0.395*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาข้อมูลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน

H_0 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านนำเสนอข้อมูล

H_1 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านนำเสนอข้อมูล

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.61 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะว้อยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านการนำเสนอข้อมูล	
ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	df	Sig
ช่องทางการเปิดรับชม	8	0.265*
ช่องทางเปิดรับข่าวสาร	8	0.265*
ช่องทางการติดตามรายการ	8	0.265*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน

H_0 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการ

H_1 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการ

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.62 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะว้อยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านรูปแบบของรายการ	
ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	df	Sig
ช่องทางการเปิดรับชม	7	0.395*
ช่องทางเปิดรับข่าวสาร	7	0.395*
ช่องทางการติดตามรายการ	7	0.395*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีกรรายการที่แตกต่างกัน

H_0 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีกรรายการ

H_1 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีกรรายการ

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.63 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีกรรายการที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านพิธีกรรายการ	
ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	df	Sig
ช่องทางการเปิดรับชม	8	0.265*
ช่องทางเปิดรับข่าวสาร	8	0.265*
ช่องทางการติดตามรายการ	8	0.265*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีกรรายการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านคณะกรรมการที่แตกต่างกัน

H_0 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านคณะกรรมการ

H_1 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านคณะกรรมการ

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.64 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านคณะกรรมการที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านคณะกรรมการ	
ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	df	Sig
ช่องทางการเปิดรับชม	8	0.265*
ช่องทางเปิดรับข่าวสาร	8	0.265*
ช่องทางการติดตามรายการ	8	0.265*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านคณะกรรมการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน

H_0 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด

H_1 : ช่องทางการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.65 แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด**	
ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	df	Sig
ช่องทางการเปิดรับชม	7	0.395*
ช่องทางเปิดรับข่าวสาร	7	0.395*
ช่องทางการติดตามรายการ	7	0.395*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.65 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของ

ผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.7 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน

H_0 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาของรายการ

H_1 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาของรายการ

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.66 แสดงผลการทดสอบการเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน

การเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านเนื้อหาของรายการ	
การเปิดรับชมรายการ	df	Sig
การเปิดรับชมรายการ	8	0.433*
การติดตามชมรายการ	7	0.540*
การรับชมรายการ	8	0.433*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.66 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.8 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน

H_0 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านการนำเสนอข้อมูล

H_1 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านการนำเสนอข้อมูล

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.67 แสดงผลการทดสอบการเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน

การเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชม รายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านการนำเสนอข้อมูล	
การเปิดรับชมรายการ	df	Sig
การเปิดรับชมรายการ	9	0.350*
การติดตามชมรายการ	9	0.350*
การรับชมรายการ	9	0.350*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.67 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.9 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจ

รายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน

H_0 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการ

H_1 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการ

นำเสนอข้อมูลตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.68 แสดงผลการทดสอบการเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน

การเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชม รายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านรูปแบบของรายการ	
การเปิดรับชมรายการ	df	Sig
การเปิดรับชมรายการ	8	0.433*
การติดตามชมรายการ	8	0.433*
การรับชมรายการ	8	0.433*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.10 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีรายการที่แตกต่างกัน

H_0 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีรายการ

H_1 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีรายการ

นำเสนอข้อมูลตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.69 แสดงผลการทดสอบการเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีรายการที่แตกต่างกัน

การเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านพิธีกรรายการ	
การเปิดรับชมรายการ	df	Sig
การเปิดรับชมรายการ	9	0.350*
การติดตามชมรายการ	9	0.350*
การรับชมรายการ	9	0.350*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีรายการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.11 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านกรรมการที่แตกต่างกัน

H_0 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านกรรมการ

H_1 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านกรรมการ

นำเสนอข้อมูลตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.70 แสดงผลการทดสอบการเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านกรรมการที่แตกต่างกัน

การเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านคณะกรรมการ	
การเปิดรับชมรายการ	df	Sig
การเปิดรับชมรายการ	9	0.350*
การติดตามชมรายการ	9	0.350*
การรับชมรายการ	9	0.350*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.70 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านกรรมการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.12 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน

H_0 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด

H_1 : การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด

นำเสนอข้อมูลตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.71 แสดงผลการทดสอบการเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน

การเปิดรับของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความพึงพอใจจากการรับชม รายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด**	
การเปิดรับชมรายการ	df	Sig
การเปิดรับชมรายการ	8	0.433*
การติดตามชมรายการ	8	0.433*
การรับชมรายการ	8	0.433*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.71 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านเนื้อหาของรายการ

H_0 : ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านเนื้อหาของรายการ

H_1 : ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีความสัมพันธ์กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านเนื้อหาของรายการ

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.72 แสดงผลการทดสอบความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านเนื้อหาของรายการ

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความคาดหวังของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านเนื้อหาของรายการ	
	df	Sig
ด้านเนื้อหาของรายการ	7	0.333*
ด้านการนำเสนอข้อมูล	8	0.342
ด้านรูปแบบของรายการ	7	0.431
ด้านพิธีกรรายการ	8	0.342
ด้านคณะกรรมการ	8	0.342
ด้านผู้เข้าประกวด	7	0.431

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.72 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านเนื้อหาของรายการ

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านผู้เข้าประกวด

H_0 : ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านผู้เข้าประกวด

H_1 : ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านผู้เข้าประกวด

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.73 แสดงผลการทดสอบความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านผู้เข้าประกวด

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความคาดหวังของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวด**	
	df	Sig
ด้านเนื้อหาของรายการ	8	0.342*
ด้านการนำเสนอข้อมูล	8	0.342
ด้านรูปแบบของรายการ	8	0.342
ด้านพิธีกรรายการ	8	0.342
ด้านคณะกรรมการ	8	0.342
ด้านผู้เข้าประกวด	8	0.342

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านผู้เข้าประกวด

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านพิธีกรรายการ

H_0 : ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านพิธีกรรายการ

H_1 : ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านพิธีกรรายการ

ตัวสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Chi-Square

ตารางที่ 4.74 แสดงผลการทดสอบความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านพิธีกรรายการ

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	**ความคาดหวังของผู้ชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"**	
	ด้านพิธีกรรายการ	
	df	Sig
ด้านเนื้อหาของรายการ	8	0.342*
ด้านการนำเสนอข้อมูล	8	0.342
ด้านรูปแบบของรายการ	8	0.342
ด้านพิธีกรรายการ	8	0.342
ด้านคณะกรรมการ	8	0.342
ด้านผู้เข้าประกวด	8	0.342

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า Sig > 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านพิธีกรรายการ

ตารางที่ 4.75 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	**ผลการทดสอบ**
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้รับชมที่แตกต่างจากแฟนเพจ เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	
สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.3 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ"เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.5 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.6 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1.7 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.8 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.9 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.10 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.11 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.12 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการเปิดรับข่าวสารของรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.13 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.14 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.15 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1.16 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์”	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.17 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์”	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.18 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อช่องทางการติดตามรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์”	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.19 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.20 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.21 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.22 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.23 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.24 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์" ในเวลา 1 เดือน	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.25 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1.26 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.27 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.28 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.29 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความต่อเนื่องในการติดตามรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.30 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อการติดตามชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” บ่อยในแต่ละซีซั่นของรายการ	ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.31 เพศของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.32 อายุของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.33 การศึกษาของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.34 รายได้ของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 1.35 สถานภาพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ไทยแลนด์"	ยอมรับ

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 1.36 อาชีพของผู้รับสารในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อลักษณะในการรับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์”ที่แตกต่างจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานข้อที่ 2.1 การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ด้านเนื้อหาข้อมูลที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.2 การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ด้านนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.3 การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.4 การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ด้านพิธีกรรายการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.5 การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ด้านคณะกรรมการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.6 การเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.7 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ด้านเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

สมมติฐานข้อที่ 2.8 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.9 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านรูปแบบของรายการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.10 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านพิธีรายการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.11 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านกรรมการที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 2.12 การเปิดรับชมรายการของผู้ตอบแบบสอบถามในแฟนเพจรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" ด้านผู้เข้าประกวดที่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์"	
สมมติฐานข้อที่ 3.1 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านเนื้อหาของรายการ	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 3.2 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านผู้เข้าประกวด	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานข้อที่ 3.3 ความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" มีความสัมพันธ์ กับกับความคาดหวังของผู้รับชมรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์ " ด้านพิธีกรรายการ	ไม่ยอมรับ