

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลของการนำเสนอแบบบ้านระหว่างหุ่นจำลองบ้านกับแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติในธุรกิจบ้านจัดสรร และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ภาพเสมือนสามมิติ และหุ่นจำลองของกลุ่มลูกค้า รวมไปถึงเพื่อศึกษาถึงปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการรับรู้ผ่านสื่อสามมิติ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 40 คน โดยศึกษาเชิงเปรียบเทียบการรับรู้ระหว่างการนำเสนอแบบที่เป็นหุ่นจำลอง กับภาพเสมือนสามมิติ โดยแยกกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเพื่อทดลองการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรโดยสื่อหุ่นจำลอง และกลุ่มที่สองนำเสนอแบบโดยสื่อเสมือนสามมิติ กลุ่มละ 20 ชุด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มจะทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) รวมทั้งนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นเพศชาย และเพศหญิงเท่ากัน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด มีอายุอยู่ในระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายธุรกิจส่วนตัว รายได้ของครอบครัวรวมเฉลี่ย 20,001-40,000 บาทต่อเดือน และลักษณะบ้านที่ต้องการส่วนใหญ่เป็นแบบบ้านเดี่ยว

ผลการศึกษาพบว่า 1) การรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อเสมือนสามมิติสามารถทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจแบบถูกต้องมากกว่าการรับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง 2) การนำเสนอโดยสื่อเสมือนสามมิติให้ความพึงพอใจ เนื่องจากสีสันของสื่อเสมือนสามมิติมีความดึงดูดให้น่าสนใจ และให้ความสมจริงของบรรยากาศภายในบ้านมากกว่าหุ่นจำลอง ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอ การให้ข้อมูล หรือคุณลักษณะของบ้าน และความสามารถในการสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของสื่อเสมือนสามมิติมีมากกว่าสื่อหุ่นจำลอง

These objectives of this independent study are (1) to study and compare the Achievement Between 3-D Model and Model Presentations on Buying Decision of Real Estate Housing, and (2) to study the factors that effected perception of the three dimensions Model and Model and (3) to study the factors that effected consumer's purchasing decisions in perception of three - dimension media.

In this research, the study methods implemented are Quantitative, Qualitative Research and conducting survey. The primary data were collected by using questionnaires with 40 samples who wanted to buy houses in Chiang Mai province. The questionnaires were divided into two categories; 3-D Model and Model Presentations and each category contains 20 samples which are comparative study in the perception between 3-D model and model presentations. The data collection were computed by software SPSS/PC+. The statistics used is Descriptive statistics and interpreted in term of Frequencies, Percentage and Mean.

The study was conducted with the respondents in equal proportion between male and female. The majority of the respondents were single of 20-30 years old, with undergraduate degree. Their occupations are private companies' officer and business owners with earning between 20,001 - 40,000 baht per month. The type of the house which is the most desirable is single detached house.

According to the study, it revealed that (1) the perception in 3-D model presentations has influenced the respondents to have better perception than in model presentations. (2) The study also showed that with colors and the virtual reality of the environment inside the house by 3-D model presentation bring more satisfaction to the respondents than model presentations. As a result, higher satisfaction received from 3-D model presentation and information expression by the method have better influence on buying decision of real estate housing than in model presentation.