

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องการเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลระหว่างแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติ และหุ่นจำลองต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร การศึกษาครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลของการนำเสนอแบบจำลองบ้านระหว่าง โมเดลหุ่นจำลองบ้านกับแบบจำลองภาพเสมือนสามมิติในธุรกิจบ้านจัดสรร ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูล และ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามและแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ การนำเสนอแบบบ้านจัดสรรโดยใช้ หุ่นจำลอง และสื่อแบบเสมือนสามมิติ รวมกันทั้งหมด 40 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และแปลผล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไป		สื่อบ้านจัดสรร		รวม
		สื่อหุ่นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
เพศ	ชาย	10(50.0)	10(50.0)	20(50.0)
	หญิง	10(50.0)	10(50.0)	20(50.0)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของสื่อแบบหุ่นจำลอง และสื่อแบบเสมือนสามมิติ เป็นเพศชายและเพศหญิง เท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 5.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไป		สื่อบ้านจัดสรร		รวม
		สื่อหุ้่นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
อายุ	20-30 ปี	12(60.0)	15(75.0)	27(67.5)
	31-40 ปี	6(30.0)	3(15.0)	9(22.5)
	มากกว่า 50 ปี	2(10.0)	2(10.0)	4(10.0)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี อายุ 20 - 30 ปี คือ ร้อยละ 67.5 โดยแยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ้่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ คือ ร้อยละ 60.0 ของผู้ตอบสื่อหุ้่นจำลอง และ 75.0 ของผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิติ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามสถานภาพสมรส

ข้อมูลทั่วไป		สื่อบ้านจัดสรร		รวม
		สื่อหุ้่นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
สถานภาพ	โสด	14(70.0)	16(80.0)	30(75.0)
	สมรส	6(30.0)	4(20.0)	10(25.0)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด คือ ร้อยละ 75.0 โดยแยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ้่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ คือ ร้อยละ 70.0 ของผู้ตอบสื่อหุ้่นจำลอง และ 80.0 ของผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิติ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป		สื่อบ้านจัดสรร		รวม
		สื่อหุ้่นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมปลาย	1(5.0)	1(5.0)	2(5.0)
	มัธยมปลาย/ปวช.	1(5.0)	0(0.0)	1(2.5)
	ปริญญาตรี	10(50.0)	10(50.0)	20(50.0)
	ปริญญาโท	8(40.0)	9(45.0)	17(42.5)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คือ ร้อยละ 50.0 โดยแยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ้่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติเท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 5.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	สถาบันจัดสรร		รวม *
	ถือหุ้นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
กำลังศึกษา	2(10.0)	2(10.0)	4(10.0)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3(15.0)	2(10.0)	5(12.5)
พนักงานบริษัทเอกชน	5(25.0)	8(40.0)	13(32.5)
ค้าขายธุรกิจส่วนตัว	6(30.0)	7(35.0)	13(32.5)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1(5.0)	0(0.0)	1(2.5)
เกษียณ	0(0.0)	1(5.0)	1(2.5)
รับจ้าง/แรงงาน	2(10.0)	0(0.0)	2(5.0)
ประกอบอาชีพอิสระ	1(5.0)	0(0.0)	1(2.5)
รวม	20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและค้าขายธุรกิจส่วนตัวเท่ากัน คือ ร้อยละ 32.5 โดยที่ผู้ตอบถือหุ้นจำลองมีอาชีพค้าขายธุรกิจส่วนตัว คือ ร้อยละ 30.0 ของผู้ตอบถือหุ้นจำลอง และผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิตินี้อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คือ ร้อยละ 40.0 ของผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิติ

ตารางที่ 5.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามรายได้

ข้อมูลทั่วไป		สื่อบ้านจัดสรร		รวม
		สื่อหุ้นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
รายได้	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4(20.0)	2(10.0)	6(15.0)
	20,001-40,000 บาท	7(35.0)	8(40.0)	15(37.5)
	40,001-60,000 บาท	1(5.0)	2(10.0)	3(7.5)
	60,001-80,000 บาท	1(5.0)	1(5.0)	2(5.0)
	สูงกว่า 80,000 บาท	7(35.0)	6(30.0)	13(32.5)
	อื่นๆ	0(0.0)	1(5.0)	1(2.5)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ของครอบครัวรวมกัน 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือน คือ ร้อยละ 37.5 โดยที่ผู้ตอบสื่อหุ้นจำลองมีรายได้ของครอบครัวรวมกัน 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือนและ สูงกว่า 80,000 บาทต่อเดือนเท่ากัน คือ ร้อยละ 35.0 และผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิตินี้มีรายได้ของครอบครัวรวมกัน 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือน คือ ร้อยละ 40.0

ตารางที่ 5.7 จำนวนและร้อยละของสมาชิกในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามจำนวนเด็กในบ้าน

ข้อมูลทั่วไป		สื่อบ้านจัดสรร		รวม
		สื่อหุ่่นจำลอง (ร้อยละ)	สื่อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)	
จำนวนเด็ก	0	13(65.0)	11(55.0)	24(60.0)
	1	3(15.0)	3(15.0)	6(15.0)
	2	2(10.0)	4(20.0)	6(15.0)
	3	2(10.0)	2(10.0)	4(10.0)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีจำนวนเด็กในครอบครัว คือ ร้อยละ 60.0 โดยที่แยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ่่นจำลอง และผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิติ คือ ร้อยละ 65.0 และ 55.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.8 จำนวนและร้อยละของสมาชิกในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามจำนวนวัยทำงาน

ข้อมูลทั่วไป	สืบบ้านจัดสรร		รวม	
	ซื้อหุ้นจำลอง (ร้อยละ)	ซื้อเสมือนสามมิติ (ร้อยละ)		
จำนวนวัยทำงาน	0	2(10.0)	0(0.0)	2(5.0)
	1	3(15.0)	3(15.0)	6(15.0)
	2	6(30.0)	3(15.0)	9(22.5)
	3	3(15.0)	6(30.0)	9(22.5)
	4	4(20.0)	7(35.0)	11(27.5)
	5	1(5.0)	0(0.0)	1(2.5)
	6	1(5.0)	1(5.0)	2(5.0)
รวม	20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)	

จากตารางที่ 5.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนวัยทำงานในครอบครัว 4 คน คือ ร้อยละ 27.5 โดยที่ผู้ตอบซื้อหุ้นจำลองมีจำนวนวัยทำงานในครอบครัว 2 คน คือ ร้อยละ 30.0 และผู้ตอบซื้อเสมือนสามมิติมีจำนวนวัยทำงานในครอบครัว 4 คน คือ ร้อยละ 35.0

ตารางที่ 5.9 จำนวนและร้อยละของสมาชิกในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามจำนวนวัยเกษียณ

ข้อมูลทั่วไป	สถาบันจัดสรร		รวม	
	สินเชื่อจำนอง (ร้อยละ)	สินเชื่อสามมิติน (ร้อยละ)		
จำนวนวัยเกษียณ	0	12(60.0)	12(60.0)	24(60.0)
	1	4(20.0)	2(10.0)	6(15.0)
	2	4(20.0)	6(30.0)	10(25.0)
รวม		20(100.0)	20(100.0)	40(100.0)

จากตารางที่ 5.9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีจำนวนวัยเกษียณในครอบครัว คือ ร้อยละ 60.0 โดยที่แยกเป็นผู้ตอบสินเชื่อจำนอง และผู้ตอบสินเชื่อสามมิตินเท่ากัน คือ ร้อยละ 60.0

ตารางที่ 5.10 จำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบ้านที่ต้องการซื้อ

ลักษณะบ้านที่ต้องการซื้อ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	39	97.5
บ้านแฝด	0	0.0
บ้านแถวหรือทาวเฮ้าส์	0	0.0
อาคารพาณิชย์	1	2.5
รวม	40	100.0

จากตารางที่ 5.10 แสดงให้เห็นว่าลักษณะบ้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อเป็นบ้านเดี่ยว คือ ร้อยละ 97.5 รองลงมาคืออาคารพาณิชย์ ร้อยละ 2.5

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 40 คน เป็นชาย 20 คน หญิง 20 คน โดยถูกแบ่งให้รับรู้สื่อทั้ง 2 ประเภทในจำนวนที่เท่ากัน คือ ผู้รับรู้สื่อหุ่นจำลอง เป็นชาย 10 คน หญิง 10 คน และผู้รับรู้สื่อเสมือนสามมิติ เป็นชาย 10 คน หญิง 10 คน เช่นกัน ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ประชากรทั้งสองกลุ่มเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี และมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายธุรกิจส่วนตัว โดยมีรายได้ของครอบครัวรวมกันต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านในลักษณะบ้านเดี่ยว นอกจากนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัยทำงานในครอบครัว 4 คน และส่วนใหญ่ไม่มีวัยเกษียณ และวัยเด็กในครอบครัว

5.2 ข้อมูลความเข้าใจต่อแบบที่ได้รับรู้

ตารางที่ 5.11 จำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจในแบบบ้านที่ได้รับรู้

ข้อมูลความเข้าใจ ต่อแบบบ้าน ที่ได้รับรู้	สื่อหุ่นจำลอง			สื่อเสมือนสามมิติ		
	ผู้ตอบ แบบสอบถาม ถูกต้อง (ร้อยละ)	ผู้ตอบ แบบสอบถาม ไม่ถูกต้อง (ร้อยละ)	รวม	ผู้ตอบ แบบสอบถาม ถูกต้อง (ร้อยละ)	ผู้ตอบ แบบสอบถาม ไม่ถูกต้อง (ร้อยละ)	รวม
1.พื้นที่สำหรับจอด รถยนต์ 2 คัน	19 (95.0)	1 (5.0)	20(100.0)	20 (100.0)	0 (0.0)	20(100.0)
2.วัสดุที่ใช้กับ พื้นบ้านชั้นบน	19 (95.0)	1 (5.0)	20(100.0)	18 (90.0)	2 (10.0)	20(100.0)
3.วัสดุที่ใช้กับ พื้นบ้านชั้นล่าง	17 (85.0)	3 (15.0)	20(100.0)	19 (95.0)	1 (5.0)	20(100.0)
4.แยกครัวไทยกับครัวฝรั่ง ออกจากกัน	17 (85.0)	3 (15.0)	20(100.0)	19 (95.0)	1 (5.0)	20(100.0)
5.บ้านหลังนี้มีห้องนอน 4 ห้อง	15 (75.0)	5 (25.0)	20(100.0)	14 (70.0)	6 (30.0)	20(100.0)
6.บ้านหลังนี้มีการ ออกแบบให้มีห้องพัก แม่บ้าน	19 (95.0)	1 (5.0)	20(100.0)	20 (100.0)	0 (0.0)	20(100.0)
7.บ้านหลังนี้มีห้องน้ำ 4 ห้อง	18 (90.0)	2 (10.0)	20(100.0)	18 (90.0)	2 (10.0)	20(100.0)
รวม	124(88.6)	16(11.4)	140(100.0)	128(91.4)	12(8.6)	140(100.0)
รวม(280ชุด)	44.3	5.7	-	45.7	4.3	280(100.0)

จากตารางที่ 5.11 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบถูกต้อง โดยการรับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลองตามหัวข้อต่อไปนี้ คือ พื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ 2 คัน, วัสดุที่ใช้ในการออกแบบพื้นบ้านชั้นบน และบ้านหลังนี้มี การออกแบบให้มีห้องพักแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 95.0 ส่วนผู้ที่คิดว่าบ้านหลังนี้มีห้องน้ำ 4 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 90.0 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบพื้นบ้านชั้นล่าง และไม่แยกครัวไทยกับครัวฝรั่งออกจากกัน คิดเป็นร้อยละ 85.0 และบ้านหลังนี้มีห้องนอน 4 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 75.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบถูกต้องโดยการรับรู้ผ่านสื่อเสมือนสามมิติตามหัวข้อต่อไปนี้เป็นพื้นที่สำหรับจอร์แดน 2 คัน และบ้านหลังนี้มีการออกแบบให้มีห้องพักแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนผู้ที่คิดว่าวัสดุที่ใช้ในการออกแบบพื้นบ้านชั้นล่าง และแยกครัวไทยกับครัวฝรั่งออกจากกัน คิดเป็นร้อยละ 95.0 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบพื้นบ้านชั้นบน และบ้านหลังนี้มีห้องน้ำ 4 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 90.0 บ้านหลังนี้มีห้องนอน 4 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 70.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความเข้าใจต่อแบบที่ได้รับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง และสื่อแบบจำลองเสมือนสามมิติ สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกต้องมากกว่าตอบผิด แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจแบบบ้านผ่านสื่อทั้ง 2 ประเภทได้ดี โดยสังเกตได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับรู้แบบบ้านผ่านสื่อแบบจำลองเสมือนสามมิติ สามารถตอบถูกได้ใกล้เคียงกับผู้รับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง คิดเป็นร้อยละ 44.3 ของผู้ตอบสื่อหุ่นจำลอง และ 45.7 ของผู้ตอบสื่อเสมือนจริงสามมิติ อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์จากรายละเอียดพบว่าในหัวข้อความเข้าใจผังบ้าน ได้แก่ พื้นที่จอร์แดน, การแยกครัวไทยกับครัวฝรั่ง, การมีห้องพักแม่บ้าน และความเข้าใจในวัสดุที่เลือกใช้ของอาคาร ได้แก่ วัสดุที่ใช้ทำพื้นบ้านทั้งชั้นบนและชั้นล่าง พบว่า การรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อเสมือนจริงสามมิติดีกว่า ในขณะที่ ความเข้าใจในจำนวนห้องพัก พบว่า การรับรู้แบบบ้านผ่านหุ่นจำลองดีกว่า โดยสังเกตจากผู้ตอบแบบสอบถามที่รับรู้แบบบ้านผ่านสื่อหุ่นจำลองสามารถตอบคำถามในเรื่องของการวัดความเข้าใจในการให้รายละเอียดจำนวนห้องได้ดีกว่าการรับรู้ผ่านสื่อเสมือนสามมิติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลองและสื่อเสมือนสามมิติ

ตารางที่ 5.12 จำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลอง

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น	สื่อหุ่นจำลอง					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
1.เคยพบการนำเสนอบ้านจัดสรรแบบหุ่นจำลอง	0(0.0)	0(0.0)	4(20.0)	5(25.0)	11(55.0)	20(100.0)
2.สื่อที่ให้ข้อมูลถูกต้อง	2(10.0)	11(55.0)	0(0.0)	5(25.0)	2(10.0)	20(100.0)
3.สื่อมีความทันสมัย	0(0.0)	1(5.0)	14(70.0)	5(25.0)	0(0.0)	20(100.0)
4.สื่อที่สามารถเชื่อถือได้	0(0.0)	1(5.0)	10(50.0)	8(40.0)	1(5.0)	20(100.0)
5.รูปแบบการนำเสนอของสื่อทำให้พึงพอใจ	0(0.0)	1(5.0)	8(40.0)	11(55.0)	0(0.0)	20(100.0)
6.ความน่าสนใจของสื่อ	0(0.0)	2(10.0)	8(40.0)	8(40.0)	2(10.0)	20(100.0)
7.องค์ประกอบของสื่อที่ทำให้รู้สึกคล้ายของจริง	0(0.0)	2(10.0)	5(25.0)	9(45.0)	4(20.0)	20(100.0)
8.สื่อช่วยจินตนาการขนาดของบ้าน	0(0.0)	2(10.0)	4(20.0)	12(60.0)	2(10.0)	20(100.0)
9.สีสรรของสื่อมีความดึงดูดใจน่าสนใจ	0(0.0)	2(10.0)	8(40.0)	6(30.0)	4(20.0)	20(100.0)
10.การให้ความสมจริงของบรรยากาศในบ้าน	0(0.0)	5(25.0)	9(45.0)	4(20.0)	2(10.0)	20(100.0)
11.สื่อทำให้เข้าใจแบบบ้านง่าย	0(0.0)	0(0.0)	6(30.0)	11(55.0)	3(15.0)	20(100.0)
12.สื่อที่นำเสนอสามารถประชาสัมพันธ์ได้ดี	0(0.0)	1(5.0)	7(35.0)	9(45.0)	3(15.0)	20(100.0)
13.สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร	0(0.0)	2(10.0)	8(40.0)	10(50.0)	0(0.0)	20(100.0)
14.สื่อมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	0(0.0)	1(5.0)	8(40.0)	11(55.0)	0(0.0)	20(100.0)
15.มีความสนใจซื้อบ้านจัดสรร	1(5.0)	3(15.0)	7(35.0)	6(30.0)	3(15.0)	20(100.0)
รวม	3(1.0)	34(11.3)	106(35.3)	120(40.0)	37(12.3)	300(100.0)

จากตารางที่ 5.12 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลองว่าเคยพบเห็นการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรจากหุ่นจำลองมากที่สุด คือ ร้อยละ 55.0 สื่อหุ่นจำลองให้ข้อมูลที่ถูกต้องน้อย คือร้อยละ 55.0 สื่อหุ่นจำลองมีความทันสมัยปานกลาง คือ ร้อยละ 70.0 สื่อหุ่นจำลองสามารถเชื่อถือได้ปานกลาง คือ ร้อยละ 50.0 รูปแบบการนำเสนอของสื่อหุ่นจำลองทำให้พึงพอใจมาก คือ ร้อยละ 55.0 การใช้หุ่นจำลองนำเสนอแบบบ้านชวนให้น่าสนใจปานกลาง และมาก คือ ร้อยละ 40.0 การจัดองค์ประกอบโดยหุ่นจำลองสร้างความรู้สึกที่คล้ายของจริงมาก คือ ร้อยละ 45.0 สื่อนี้ช่วยให้สามารถจินตนาการขนาดของบ้านได้มาก คือ ร้อยละ 60.0 สีสรรของสื่อหุ่นจำลองมีความดึงดูดใจน่าสนใจปานกลาง คือ ร้อยละ 40.0 การให้ความสมจริงของบรรยากาศภายในบ้านปานกลาง คือร้อยละ 45.0 การใช้สื่อหุ่นจำลองทำให้เข้าใจแบบบ้านง่ายมาก คือ ร้อยละ 55.0 สื่อนำเสนอแบบบ้านจัดสรร

สามารถประชาสัมพันธ์ได้ดีมาก คือ ร้อยละ 45.0 การนำเสนอแบบบ้านโดยสื่อหุ่นจำลองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้สนใจซื้อบ้านจัดสรรมาก คือ ร้อยละ 50.0 สื่อนำเสนอแบบบ้านที่มีอยู่ในปัจจุบันมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาก คือ ร้อยละ 55.0 ท่านมีความสนใจซื้อบ้านจัดสรรปานกลาง คือ ร้อยละ 35.0

ตารางที่ 5.13 จำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อเสมือนสามมิติ

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น	สื่อเสมือนสามมิติ					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
1.เคยพบการนำเสนอบ้านจัดสรรแบบสื่อเสมือนสามมิติ	4(20.0)	5(25.0)	6(30.0)	4(20.0)	1(5.0)	20(100.0)
2.สื่อที่ให้ข้อมูลถูกต้อง	1(5.0)	5(25.0)	0(0.0)	12(60.0)	2(10.0)	20(100.0)
3.สื่อมีความทันสมัย	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	13(65.0)	7(35.0)	20(100.0)
4.สื่อที่สามารถเชื่อถือได้	0(0.0)	0(0.0)	6(30.0)	13(65.0)	1(5.0)	20(100.0)
5.รูปแบบการนำเสนอของสื่อ	0(0.0)	0(0.0)	5(25.0)	13(65.0)	2(10.0)	20(100.0)
6.ความน่าสนใจของสื่อ	0(0.0)	0(0.0)	2(10.0)	11(55.0)	7(35.0)	20(100.0)
7.องค์ประกอบของสื่อที่ทำให้รู้สึกสับสนของจริง	0(0.0)	1(5.0)	4(20.0)	11(55.0)	4(20.0)	20(100.0)
8.สื่อช่วยจินตนาการขนาดของบ้าน	0(0.0)	2(10.0)	3(15.0)	10(50.0)	5(25.0)	20(100.0)
9.สีสันของสื่อมีความดึงดูดใจน่าสนใจ	0(0.0)	0(0.0)	6(30.0)	8(40.0)	6(30.0)	20(100.0)
10.การให้ความสมจริงของบรรยากาศในบ้าน	0(0.0)	2(10.0)	7(35.0)	9(45.0)	2(10.0)	20(100.0)
11.สื่อทำให้เข้าใจแบบบ้านง่าย	0(0.0)	0(0.0)	3(15.0)	11(55.0)	6(30.0)	20(100.0)
12.สื่อที่นำเสนอสามารถประชาสัมพันธ์ได้ดี	0(0.0)	0(0.0)	1(5.0)	13(65.0)	6(30.0)	20(100.0)
13.สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร	0(0.0)	0(0.0)	5(25.0)	13(65.0)	2(10.0)	20(100.0)
14.สื่อมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	0(0.0)	0(0.0)	4(20.0)	12(60.0)	4(20.0)	20(100.0)
15.มีความสนใจซื้อบ้านจัดสรร	1(5.0)	3(15.0)	7(35.0)	6(30.0)	3(15.0)	20(100.0)
รวม	6(2.0)	18(6.0)	59(19.7)	159(53.0)	58(19.3)	300(100.0)

จากตารางที่ 5.13 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อเสมือนสามมิติ ว่าเคยพบเห็นการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรจากสื่อเสมือนสามมิติปานกลาง คือ ร้อยละ 30.0 สื่อเสมือนสามมิติให้ข้อมูลที่ถูกต้องมาก คือ ร้อยละ 60.0 สื่อเสมือนสามมิติมีความทันสมัยมาก คือ ร้อยละ 65.0 สื่อเสมือนสามมิติสามารถเชื่อถือได้มาก คือ ร้อยละ 65.0 รูปแบบการนำเสนอของสื่อเสมือนสามมิติทำให้พึงพอใจมาก คือ ร้อยละ 65.0 การใช้สื่อเสมือนสามมิตินำเสนอแบบบ้านชวนให้น่าสนใจมาก คือ ร้อยละ 55.0 การจัดองค์ประกอบโดยสื่อเสมือนสามมิติสร้างความรู้สึกที่สับสนของจริงมาก คือ ร้อยละ 55.0 สื่อนี้ช่วยให้สามารถ

จินตนาการขนาดของบ้านได้มาก คือ ร้อยละ 50.0 สีสันของสื่อเสมือนสามมิติมีความดึงดูดใจที่น่าสนใจมาก คือ ร้อยละ 40.0 การให้ความสมจริงของบรรยากาศภายในบ้านมาก คือ ร้อยละ 45.0 การใช้สื่อเสมือนสามมิติทำให้เข้าใจแบบบ้านง่ายมาก คือ ร้อยละ 55.0 สื่อนำเสนอแบบบ้านจัดสรรสามารถประชาสัมพันธ์ได้ดีมาก คือ ร้อยละ 55.0 การนำเสนอแบบบ้านโดยสื่อเสมือนสามมิติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้สนใจซื้อบ้านจัดสรรมาก คือ ร้อยละ 55.0 สื่อนำเสนอแบบบ้านที่มีอยู่ในปัจจุบันมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาก คือ ร้อยละ 60.0 ท่านมีความสนใจซื้อบ้านจัดสรรปานกลาง คือ ร้อยละ 35.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้แบบบ้านผ่านสื่อหุ่นจำลองมีความความคิดเห็นต่อสื่ออยู่ในระดับมาก ปานกลาง และ กระจายไปหาน้อย แต่เมื่อเปรียบเทียบกับกรรับรู้ผ่านสื่อเสมือนสามมิติ จะสังเกตเห็นว่า ความคิดเห็นต่อสื่อเสมือนสามมิติอยู่ในระดับมาก เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสื่อเสมือนสามมิติให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นสื่อที่มีความทันสมัย สามารถเชื่อถือได้ และมีรูปแบบ ความน่าสนใจ การจัดองค์ประกอบที่สร้างความรู้สึกคล้ายของจริง รวมถึงการให้สีสันที่ดึงดูดใจ และการให้ความสมจริงของบรรยากาศในบ้านที่มากกว่า การรับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง แต่ในเรื่องของประสบการณ์การเคยพบเห็นสื่อหุ่นจำลองนั้นมีระดับที่มากที่สุด และสื่อเสมือนสามมิติจะอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อหุ่นจำลองเป็นสื่อที่ธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรเลือกใช้มาเป็นเวลานาน ประกอบกับสื่อเสมือนจริงสามมิติเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ และเป็นสื่อที่ใหม่สำหรับธุรกิจหมู่บ้านจัดสรร แต่ในส่วนของการที่สื่อช่วยจินตนาการขนาดของบ้าน และการทำให้เข้าใจแบบบ้านง่ายขึ้นถือว่าอยู่ในระดับที่เท่ากัน ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ถึงแม้สื่อแต่ละสื่อจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม สื่อทั้งสองสื่อนี้ส่งผลต่อความสนใจซื้อที่เท่ากัน และไม่แตกต่างกัน

5.4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ

ตารางที่ 5.14 จำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจจำแนกตามสื่อบ้านจัดสรร

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
1.ความพึงพอใจต่อประเภทของสื่อที่นำมาเสนอบ้านจัดสรร	สื่อหุ่นจำลอง	0(0.0)	1(5.0)	11(55.0)	6(30.0)	2(10.0)	20(100.0)
	สื่อเสมือนสามมิติ	0(0.0)	0(0.0)	2(10.0)	17(85.0)	1(5.0)	20(100.0)
2.ความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลหรือคุณลักษณะบ้านของสื่อ	สื่อหุ่นจำลอง	0(0.0)	1(5.0)	10(50.0)	7(35.0)	2(10.0)	20(100.0)
	สื่อเสมือนสามมิติ	0(0.0)	0(0.0)	6(30.0)	11(55.0)	3(15.0)	20(100.0)
3.ความสามารถในการสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของสื่อ	สื่อหุ่นจำลอง	0(0.0)	4(20.0)	10(50.0)	6(30.0)	0(0.0)	20(100.0)
	สื่อเสมือนสามมิติ	0(0.0)	1(5.0)	6(30.0)	12(60.0)	1(5.0)	20(100.0)
รวม		0(0.0)	7(5.8)	45(37.5)	59(49.2)	9(7.5)	120(100.0)

จากตารางที่ 5.14 แสดงจำนวน และร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจจำแนกตามสื่อบ้านจัดสรร พบว่ามีความพึงพอใจสื่อหุ่นจำลองในการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรปานกลาง คือ ร้อยละ 55.0 มีความพึงพอใจสื่อเสมือนสามมิติในการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรมาก คือ ร้อยละ 85.0 การศึกษาแบบบ้าน สื่อหุ่นจำลองนี้ให้ข้อมูล หรือคุณลักษณะของบ้านในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 50.0 การศึกษาแบบบ้าน สื่อเสมือนสามมิตินี้ให้ข้อมูล หรือคุณลักษณะของบ้านในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 55.0 และจากการดูแบบบ้านผ่านสื่อหุ่นจำลองนี้สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อบ้านในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 50.0 จากการดูแบบบ้านผ่านสื่อเสมือนสามมิตินี้สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อบ้านในระดับมาก คือ ร้อยละ 60.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนจริงสามมิติสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อสื่อเสมือนจริงสามมิติอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สื่อเสมือนจริงสามมิติให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่สื่อหุ่นจำลองให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก สื่อเสมือนจริงสามมิติสามารถให้ข้อมูล หรือคุณลักษณะของบ้าน ตลอดจนสามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้านได้ดีกว่าสื่อหุ่นจำลอง