

บทที่ 6

บทสรุป

จากการค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลระหว่างแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติและหุ่นจำลองต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ซึ่งได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อบ้านจัดสรรจำนวน 40 ราย โดยการเก็บข้อมูลโดยวิธีการออกแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลของการนำเสนอแบบจำลองบ้านระหว่างโมเดลหุ่นจำลองบ้านกับแบบจำลองภาพเสมือนสามมิติในธุรกิจบ้านจัดสรร และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ภาพเสมือนสามมิติ และหุ่นจำลองของกลุ่มลูกค้า รวมไปถึง เพื่อศึกษาถึงปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการรับรู้ผ่านสื่อสามมิติ สรุปได้ดังนี้

6.1 สรุปผลการศึกษา

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาค้นคว้าผลสัมฤทธิ์ของสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ได้ผลการวิจัยดังนี้ คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 40 คน โดยแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้รับรู้สื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนจริงสามมิติในจำนวนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0 โดยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ เป็นเพศชายและเพศหญิง เท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20 - 30 ปี คือ ร้อยละ 67.5 โดยแยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ คือ ร้อยละ 60.0 และ 75.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสถานภาพโสด คือ ร้อยละ 75.0 โดยแยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ คือ ร้อยละ 70.0 และ 80.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปริญญาตรี คือ ร้อยละ 50.0 โดยแยกเป็นผู้ตอบสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติเท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและค้าขายธุรกิจส่วนตัวเท่ากัน คือ ร้อยละ 32.5 โดยที่ผู้ตอบสื่อหุ่นจำลองมีอาชีพค้าขายธุรกิจส่วนตัว คือ ร้อยละ 30.0 และผู้ตอบสื่อเสมือนสามมิติมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คือ ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีรายได้รวมครอบครัว 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือน คือ ร้อยละ 37.5 โดยที่ผู้ตอบ

สื่อหุ่่นจ้่าล่องมีรายไ้ร่วมครอบคร้่ว 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือนและ สูงกว่า 80,000 บาทต่อเดือนเท่ากัน คือ ร้อยละ 35.0 และผู้ตอบสื่อ่เหมือนสามมิติมีรายไ้ร่วมครอบคร้่ว 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือน คือ ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีเด็กในครอบคร้่ว คือ ร้อยละ 60.0 โดยที่แยกเป็นผู้ตอบสื่อ่หุ่่นจ้่าล่อง และผู้ตอบสื่อ่เหมือนสามมิติ คือ ร้อยละ 65.0 และ 55.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัยทำงานในครอบคร้่ว 4 คน คือ ร้อยละ 27.5 โดยที่ผู้ตอบสื่อ่หุ่่นจ้่าล่องมีวัยทำงานในครอบคร้่ว 2 คน คือ ร้อยละ 30.0 และผู้ตอบสื่อ่เหมือนสามมิติมีจำนวนวัยทำงานในครอบคร้่ว 4 คน คือ ร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีวัยเกษียณในครอบคร้่ว คือ ร้อยละ 60.0 โดยที่แยกเป็นผู้ตอบสื่อ่หุ่่นจ้่าล่อง และผู้ตอบสื่อ่เหมือนสามมิติเท่ากัน คือ ร้อยละ 60.0 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อบ้านแบบบ้านเดี่ยว คือ ร้อยละ 97.5 รองลงมาคืออาคารพาณิชย์ ร้อยละ 2.5

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปไ้ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 40 คน โดยถูกแบ่งไ้รับรู้สื่อ่ทั้ง 2 ประเภทในจำนวนที่เท่ากัน คือ ผู้รับรู้สื่อ่หุ่่นจ้่าล่อง เป็นชาย 10 คน หญิง 10 คน และผู้รับรู้สื่อ่เหมือนสามมิติ เป็นชาย 10 คน หญิง 10 คน เช่นกัน ผลการศึกษารั้งนี้พบว่า ประชากรทั้งสองกลุ่มเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี และมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายธุรกิจส่วนตัว โดยมีรายไ้ของครอบคร้่วรวมกันต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านในลักษณะบ้านเดี่ยว นอกจากนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัยทำงานในครอบคร้่ว 4 คน และส่วนใหญ่ไม่มีวัยเกษียณ และวัยเด็กในครอบคร้่ว

2. ความเข้าใจต่อแบบที่ไ้รับรู้

จากผลการศึกษาความเข้าใจต่อแบบที่ไ้รับรู้ผ่านสื่อ่หุ่่นจ้่าล่อง และสื่อ่แบบจ้่าล่องเหมือนสามมิติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจแบบบ้านผ่านสื่อ่ทั้ง 2 ประเภทไ้ดี และใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์จากรายละเอียดพบว่า การรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อ่เหมือนจริงสามมิติทำให้มีความเข้าใจในผังบ้าน และความเข้าใจในวัสดุที่เลือกใช้ของอาคาร ไ้ดีไ้กว่าการรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อ่หุ่่นจ้่าล่อง ในขณะที่ การรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อ่หุ่่นจ้่าล่องทำให้มีความเข้าใจในเรื่องของจำนวนห้องพักไ้ดีไ้กว่าการรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อ่แบบจ้่าล่องเหมือนสามมิติ

3. ความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลองและสื่อเสมือนสามมิติ

จากผลการศึกษาความคิดเห็นต่อสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนสามมิติ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่สื่อเสมือนสามมิติให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นสื่อที่มีความทันสมัย สามารถเชื่อถือได้ และมีรูปแบบ ความน่าสนใจ การจัดองค์ประกอบที่สร้างความรู้สึกล้ำๆของจริง รวมถึงการให้สีสันที่ดึงดูดใจ และการให้ความสมจริงของบรรยากาศในบ้านที่มากกว่า การรับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง แต่ในเรื่องของประสบการณ์การเคยพบเห็นสื่อหุ่นจำลองนั้นมีระดับที่มากที่สุด และสื่อเสมือนสามมิติจะอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อหุ่นจำลองเป็นสื่อที่ธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรเลือกใช้มาเป็นเวลานาน ประกอบกับสื่อเสมือนจริงสามมิติเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ และเป็นสื่อที่ใหม่สำหรับธุรกิจหมู่บ้านจัดสรร แต่ในส่วนของกาที่สื่อช่วยจินตนาการขนาดของบ้าน และการทำให้เข้าใจแบบบ้านง่ายขึ้นนั้นถือว่าอยู่ในระดับที่เท่ากัน ผลการศึกษารังนี้พบว่า ถึงแม้สื่อแต่ละสื่อจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม สื่อทั้งสองสื่อนี้ส่งผลต่อความสนใจซื้อที่เท่ากัน และไม่แตกต่างกัน

4. ระดับความพึงพอใจ

จากผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อสื่อหุ่นจำลอง และสื่อเสมือนจริงสามมิติ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อเสมือนจริงสามมิตินอกจากการรับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สื่อเสมือนจริงสามมิติให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่สื่อหุ่นจำลองให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก สื่อเสมือนจริงสามมิติสามารถให้ข้อมูลหรือคุณลักษณะของบ้าน ตลอดจนสามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อบ้าน ได้ดีกว่าสื่อหุ่นจำลอง

6.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลระหว่างแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติและหุ่นจำลองต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ในครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีการรับรู้ แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวคิดการส่งเสริมการตลาด โดยพบว่าปัจจัยต่างๆตามทฤษฎีดังกล่าวมีผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยในส่วนของการศึกษาความเข้าใจในแบบบ้านที่ได้รับรู้ผ่านสื่อ พบว่าการรับรู้แบบบ้านผ่านสื่อเสมือนสามมิติสามารถทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจแบบบ้าน และองค์ประกอบต่างๆทั้งภายใน และภายนอกบ้าน ได้ถูกต้องมากกว่าการรับรู้ผ่านสื่อหุ่นจำลอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านเทคนิคมีผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้และความเข้าใจ

ในการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรผ่านสื่อเสมือนสามมิติ นอกจากนี้ยังเป็นผลสนับสนุนแนวคิดการออกแบบ ที่ว่าด้วยการออกแบบเป็นเรื่องของการถ่ายทอดรูปแบบความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถรับรู้ได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน โดยในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันรวมไปถึงเป็นการอธิบายรายละเอียดที่เกี่ยวกับงาน ดังนั้นในการถ่ายทอดผลงานออกมาโดยสื่อเสมือนสามมิตินี้ถือว่าเป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

จากการศึกษาในส่วนของความคิดเห็นที่มีต่อสื่อหุ่นจำลอง และสื่อแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่รับรู้แบบบ้านผ่านสื่อจำลองเสมือนสามมิติ เห็นว่าสื่อเสมือนสามมิติให้ข้อมูลที่ถูกต้องมากกว่า มีความทันสมัยกว่า สามารถเชื่อถือได้มากกว่า และเห็นว่าการนำเสนอโดยสื่อเสมือนสามมิติให้ความพึงพอใจที่มากกว่าผู้ที่รับรู้สื่อหุ่นจำลอง นอกจากนี้ยังเห็นว่า สีสนของสื่อเสมือนสามมิติมีความดึงดูดใจน่าสนใจ และให้ความสมจริงของบรรยากาศภายในบ้านมากกว่า ซึ่งในส่วนของความคิดเห็นที่มีต่อสื่อในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแบบบ้านนั้น การที่สื่อเสมือนสามมิติสามารถสื่อสารและให้ข้อมูลของบ้านได้ดีนั้น จะสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ที่ว่าข้อมูลข่าวสารถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นผู้บริโภคจำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า และคุณลักษณะซึ่งได้จากโฆษณาหรือสื่อต่างๆ เป็นต้น โดยผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ ในเรื่องของปัจจัยเทคนิคที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค นั่นคือ ขนาด สีสน การเคลื่อนไหว ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อเสมือนสามมิติให้ความเข้าใจในขนาด สีสน การเคลื่อนไหวของสื่อ ที่มีผลต่อการรับรู้นำไปสู่การกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

ในการวัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อหุ่นจำลองบ้านและแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับรู้ผ่านสื่อเสมือนสามมิติมีระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอ, การให้ข้อมูล หรือคุณลักษณะของบ้าน และความสามารถในการสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรที่มากกว่าสื่อหุ่นจำลอง ซึ่งสนับสนุนแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ในเรื่องของทฤษฎีแรงจูงใจ ของ มาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) และทฤษฎีแรงจูงใจของ ฟรอยด์ (Freud's theory of motivation) ที่ว่าอิทธิพลด้านจิตวิทยาซึ่งกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะเป็นจิตใต้สำนึก โดยธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคได้รับรู้

ข้อสังเกตจากการศึกษาประการหนึ่ง คือ จำนวนแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์หามีไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์เชิงสถิติขั้นสูง ดังนั้น หากมีการศึกษาต่อเนื่องไปจากวิจัยฉบับนี้ควรเพิ่ม

กลุ่มตัวอย่าง อันจะทำให้สามารถใช้สถิติขั้นสูงในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของสื่อหุ่นจำลอง

สื่อหุ่นจำลองเป็นสื่อที่ธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรเลือกใช้ในการนำเสนอแบบบ้านมายาวนาน เป็นสื่อที่สามารถจับต้องได้ สัมผัสได้จริง และสามารถแสดงรายละเอียดของแบบได้ชัดเจน เข้าใจง่าย แต่การนำสื่อหุ่นจำลองมาใช้ในการนำเสนอแบบบ้านจัดสรรนั้นมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ อาทิเช่น สูญเสียต้นทุนในการผลิตสื่อที่ค่อนข้างสูง โดยสื่อหุ่นจำลองนั้นเมื่อสร้างขึ้นมาแล้ว ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแบบได้ เมื่อเทียบกับสื่อเสมือนสามมิติที่สามารถแก้ไขแบบได้ทุกเมื่อ ประกอบกับสื่อหุ่นจำลองมีน้ำหนักที่ค่อนข้างมาก และเปราะบาง จึงเป็นการไม่สะดวกต่อการขนย้าย เพื่อนำไปเสนอแบบนอกสถานที่ หรือการจัดแสดงออกบูทต่างๆ อย่างไรก็ตาม สื่อหุ่นจำลอง เป็นสื่อที่ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงบรรยากาศภายในบ้าน รวมไปถึงการให้แสงธรรมชาติทั้งภายใน และภายนอกบ้านได้ โดยมีเพียงการเปิดแสงสปอตไลท์เพื่อช่วยให้เกิดความสว่างของตัวหุ่นจำลองเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาสื่อที่ให้ประสิทธิภาพในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรนั้น การนำสื่อหุ่นจำลองมาใช้ในการเป็นสื่อที่ช่วยเสนอขายจึงเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการให้ความเข้าใจในแบบบ้านที่ชัดเจน และจับต้องได้

ข้อเสนอแนะของสื่อเสมือนสามมิติ

สื่อเสมือนจริงสามมิติเป็นสื่อที่มีความทันสมัย ถือเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบ หรือขึ้น โมเดลต่างๆ ที่ให้ความสมจริงของตัววัตถุ สามารถแสดงให้เห็นถึงน้ำหนัก แสง สีเงา รวมไปถึงเสียงที่ให้ความสมจริง ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นมัลติมีเดีย (Multimedia) คือสื่อที่รวมสื่อหลายชนิดมาไว้ด้วยกัน โดยปัจจุบันสื่อเสมือนจริงสามมิติถูกนำมาใช้ในการนำเสนอแบบบ้านจัดสรร ซึ่งสื่อเสมือนจริงสามมิติเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมต่อการนำเสนอแบบบ้าน และช่วยในการขายบ้านเป็นอย่างดี เนื่องจาก สื่อเสมือนจริงสามมิติเป็นสื่อที่มีความน่าสนใจ จึงดึงดูดใจได้ดี สะดวกต่อการขนย้ายเพื่อนำเสนอแบบนอกสถานที่ หรือการจัดแสดงออกบูทต่างๆ และสามารถสร้างภาพเสมือนจริงที่ดูสะดุดตา ทั้งในเรื่องของสีสันทัน และบรรยากาศ โดยสื่อเสมือนจริงสามมิติสามารถสร้างและแสดงให้เห็นถึงบรรยากาศของบ้านทั้งภายใน และภายนอกที่ดูสมจริง ทั้งในเรื่อง

ของการจำลองการจัดสวน การจัดวางต้นไม้ ต้นหญ้า รวมไปถึงสภาพท้องฟ้าอากาศ นอกจากนี้ ในส่วนของบรรยากาศภายในบ้าน สื่อเสมือนจริงสามมิติสามารถออกแบบตกแต่งภายในบ้าน (Interior design) ให้ดูสมจริง ทั้งในส่วนของเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ การใส่วัสดุพื้นผิว รวมไปถึงการจัดแสงทั้งภายใน และภายนอกที่ดูสมจริง โดยสื่อเสมือนสามมิติสามารถสร้างแสงแดดยามกลางวัน หรือ แสงจันทร์ยามค่ำคืนที่สร้างบรรยากาศให้ผู้ชมสามารถรับรู้เหมือนอยู่ในสถานที่จริงได้

จากผลการศึกษการเปรียบเทียบสื่อแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติ และสื่อหุ่นจำลองต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พบว่า ถึงแม้สื่อแบบจำลองบ้านเสมือนสามมิติทำให้เกิดความพึงพอใจต่อแบบบ้านมาก แต่ความพึงพอใจเป็นเพียงตัวกระตุ้นที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ สื่อนำเสนอแบบบ้านเป็นเพียงเครื่องมือช่วยในการส่งเสริมการขายบ้านจัดสรร ไม่สามารถทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้โดยตัวมันเอง ยังจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยอื่นมาประกอบการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร เช่น ปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง วัสดุก่อสร้าง หรือปัจจัยด้านสาธารณสุข เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการสื่อใหม่ที่ทันสมัยกว่าสื่อเดิมที่มีอยู่ เป็นร้อยละ 90 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อนำเสนอแบบบ้านในปัจจุบันยังไม่เป็นที่พึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น สื่อนำเสนอแบบบ้านจึงควรเป็นสื่อที่มีความทันสมัย สามารถให้ข้อมูล และคุณลักษณะของแบบบ้านรวมถึงพื้นผิววัสดุ และการตกแต่งภายในอย่างครบถ้วนและถูกต้อง ควรมีสถานที่สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ สามารถให้ความสมจริงของบรรยากาศภายในบ้านได้ และสามารถให้ความเพลิดเพลินแก่ผู้ชมแบบบ้านได้เช่นกัน นอกจากนี้ สื่อของธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรควรมีการพัฒนาสื่อให้ทันสมัยยิ่งขึ้น โดยควรมีความเสมือนจริงมากกว่านี้ สามารถให้ผู้ชมแบบบ้านได้มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ที่เรียกว่า Interactive โดยสามารถเข้าไปชมห้องต่างๆ และการตกแต่งภายใน รวมไปถึงการบอกถึงลักษณะของวัสดุ และอุปกรณ์ต่างๆภายในบ้านได้โดยไม่ต้องอาศัยพนักงานขาย