

ความคาดหวังในการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน Expectations of Real Estate Investments in the Virtual Properties

คมกฤช ปลิดโรค^{1*} และ สิงห์ อินทรชูโต²

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900

²หัวหน้าคณะที่ปรึกษา ศูนย์วิจัยและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน กรุงเทพฯ 10330

Komkrit Plidroke^{1*} and Singh Intrachooto²

¹Ph.D Candidate, Faculty of Architecture, Kasetsart University, Bangkok, Thailand, 10900

²Chief Advisor, Research and Innovation for Sustainability Center, Bangkok, Thailand, 10330

*Email: komkrit.pl@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทำการวิเคราะห์และอธิบายความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน โดยอ้างอิงกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (hierarchy of needs theory) ผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่ได้ลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนในรูปแบบที่ดินดิจิทัล (virtual land) จำนวน 16 คน ในแพลตฟอร์มของ The Sandbox ซึ่งเป็นหนึ่งใน Virtual real estate platform ที่ใหญ่ที่สุดในโลกในปัจจุบัน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังที่นำไปสู่การตัดสินใจของผู้ลงทุนในที่ดินดิจิทัล

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังที่นักลงทุนในที่ดินดิจิทัลใช้ในการตัดสินใจสามารถจำแนกออกเป็น 3 ลำดับขั้น คือ 1) ความคาดหวังของนักลงทุนในการเสริมสร้างโอกาสและความชอบส่วนตัว ประกอบด้วยการมีอิสระในการสร้างสรรค์ประโยชน์ใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ การมีรูปแบบความสวยงามและบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์ ตลอดจนการได้มาซึ่งสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่นทั้งในด้านการใช้งานและผลประโยชน์ที่ได้รับ 2) ความคาดหวังที่การลงทุนในที่ดินดิจิทัลจะนำไปสู่การรวมกลุ่มผู้มีสิทธิพิเศษทางสังคม การมีรูปแบบการสร้างรายได้ที่หลากหลายและการเพิ่มขึ้นของมูลค่าทรัพย์สิน ตลอดจนการได้ครอบครองในสิ่งที่มีจำนวนจำกัดและเป็นที่ต้องการของผู้อื่น 3) ความคาดหวังที่ แพลตฟอร์ม (platform) จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ลงทุนอันนำไปสู่การเพิ่มปริมาณการลงทุนและการเพิ่มระยะเวลาการถือครองที่นานขึ้น ประกอบด้วยการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้ใช้งาน การพัฒนาที่ต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ และการเชื่อมโยงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการใช้งานในชีวิตประจำวัน จากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบความคาดหวังที่เป็นลำดับขั้น ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน

คำสำคัญ: เมตาเวิร์ส อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน ความคาดหวัง ลำดับขั้นความต้องการ

Abstract

. This article aims to study, analyze, and explain the types of expectations affecting the investment decisions in digital real estates. Interviews were conducted with 16 investors who owned virtual assets in the form of Virtual Land in the Sandbox platform, one of the largest virtual real estate platforms in the world today. The interview was structured in accordance with Maslow's Hierarchy of Needs. The interview was transcribed, then analyzed using content analysis to identify the factors and their relationships that influenced expectations leading to their investment decision in virtual properties.

The analysis results show that the expectations influence the investors' decision to invest can be categorized into 3 types 1) perceived benefits, utility, and privileges from owning digital properties, as well as the appeal and uniqueness of the graphics. 2) being a part of social club which could gain supplemental income including increased value in digital property investments, as well as the possession of limited assets highly desired by others. 3) confident in the platform that it will continue growing in terms of number of investment and investment volumes. The perception that the longer the holding periods, the larger gain in new income will be and beyond that investors foresee the potentials to be able to integrate digital assets to everyday life. These 3 categories are prime factors influencing the investors' decision in virtual Real Estate.

Keyword : Metaverse, Virtual Real Estate, Expectations, Hierarchy of Needs

Received: July 10, 2023; **Revised:** September 28, 2023; **Accepted:** October 24, 2023

1. บทนำ

เมื่อเรตัดสินใจกระทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ เราล้วนมีเหตุผลต่าง ๆ มากมาย ที่ใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจ เหตุผลต่าง ๆ มากมายเหล่านั้นแท้จริงแล้ว คือ ความคาดหวัง ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดการลงทุนลงแรง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งตอบแทนรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองต่อลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์

โลกเสมือนหรือ Metaverse ได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น จากการพัฒนาทางเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ เช่น Web 3.0, Internet of things (IoT), Internet 5G/6G, Blockchain และการเกิดขึ้นของสกุลเงินดิจิทัล (cryptocurrency) รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมบางอย่างในโลกจริงให้มาอยู่ในโลกเสมือนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น การพบปะทางสังคม และการใช้จ่ายใช้สอย เป็นต้น ส่วนหนึ่งมีผลมาจากการระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้ผู้คนเริ่มปรับตัวคุ้นชินกับการปรากฏตัวของโลกเสมือน (Williamson, 2020) และเริ่มแสวงหาประโยชน์จากการใช้งานที่สร้างความสะดวกสบายและขยายข้อจำกัดทางกายภาพให้เพิ่มขึ้น อีกทั้งภาครัฐก็ได้เริ่มให้ความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุน บริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่หลายแห่ง เช่น Facebook (ซึ่งได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็น Meta ในปี ค.ศ. 2021) Microsoft และ Nvidia ได้เข้ามาพัฒนาธุรกิจด้านนี้อย่างเต็มระบบและมีการลงทุนหลายล้านดอลลาร์ในการสร้างจักรวาลดิจิทัล (Chen et al., 2022) อีกทั้งบริษัทชั้นนำในธุรกิจด้านต่าง ๆ เช่น Nike, Puma, Gap, Clarks, Tommy Hilfiger, Gucci, Disney, Panera, McDonald's เริ่มเข้ามาลงทุนสร้างพื้นที่ของตนเอง ในรูปแบบของสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นบนโลกเสมือน ที่มีมูลค่าทางการตลาดรวมกันที่ 40,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2021 (JP Morgan, 2022) และหน่วยงานภาครัฐในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) จีน และเกาหลีใต้ ได้มีแผนนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาทางด้านนี้ด้วยเช่นกัน (Felijo, 2023) ทำให้การพัฒนาธุรกิจและการลงทุนต้องปรับตัวและให้ความสำคัญกับพื้นที่โลกเสมือนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในรูปแบบของสินทรัพย์ดิจิทัล (digital asset) หรือ NFTs (non-fungible token) ถูกการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2030 ระบบเศรษฐกิจของโลกเสมือนจะมีมูลค่ารวมกันที่ 1.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (EY Center, 2023)

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการลงทุนที่กำลังขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงบริษัทที่ดำเนินกิจการด้านเทคโนโลยีเท่านั้น ผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์ทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน ตลอดจนสถาปนิกและนักออกแบบได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการสร้างสรรค์รูปแบบการใช้งานให้กับสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งในด้านการกิจกรรมความบันเทิง การแสดงสินค้า การศึกษา การพบปะทางสังคม ตลอดจนการเป็นเจ้าของที่ดินดิจิทัล บ้านพักตากอากาศและห้องชุดคอนโดมิเนียมบนโลกเสมือน โดยโครงการสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน ที่มีจำนวนผู้ใช้งานและมีหุ้นส่วนทางธุรกิจรวมกันมากที่สุดในโลก 4 อันดับแรก คือ The Sandbox, Decentraland, Crypto Voxels, Somnium Space (Republic realm, 2022) ซึ่งทั้งหมดมีระบบเศรษฐกิจเป็นของตัวเอง และคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2026 ผู้คนกว่า 25% ทั่วโลกจะใช้เวลาอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อวัน ในการเข้าไปอยู่ในโลกเสมือน (Gartner, 2022)

แม้ว่าในภาพรวมของการพัฒนาโครงการสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน มีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนและนักลงทุนจำนวนมากที่ไม่ประสบความสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจให้กับตลาดการลงทุน

(Muchai, 2022) เมื่อเปรียบเทียบกับภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บนโลกจริงซึ่งให้ความสำคัญกับข้อได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุน ที่มุ่งกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกที่ได้รับการออกแบบมาเป็นอย่างดี เช่น การจัดแสดงตัวอย่างสินค้า การจำลองบรรยากาศของสิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนสิ่งตอบแทนที่จะได้รับ เพื่อให้ส่งผลต่อความคาดหวัง (expectations) ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจลงทุนครอบครอง (Gentile et al., 2007) และมีผู้คนจำนวนหนึ่งเลือกใช้ความคาดหวังจากการลงทุนถืออสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการแต่ละลำดับขั้นของตนเอง เพื่อเป็นการขยายองค์ความรู้ทางด้านการลงทุนและการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน การศึกษาความสัมพันธ์ของเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังผ่านลำดับขั้นความต้องการของผู้ลงทุน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรทำความเข้าใจ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์เหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน ผ่านการศึกษาและทำความเข้าใจในความคาดหวังที่ผู้ลงทุนมีต่อทรัพย์สินที่ไม่สามารถจับต้องได้เหล่านี้ ในบริบทของ อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน (virtual real estate) โดยนำทฤษฎีความคาดหวัง (expectancy theory) และทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (hierarchy of needs theory) มาใช้เป็นจุดเชื่อมโยงในการหาคำตอบ ผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่ได้ลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์ในโลกเสมือนของ The Sandbox จำนวน 16 คน เพื่อให้นักออกแบบ สถาปนิกและผู้พัฒนาการโครงการบนโลกเสมือน ตลอดจนผู้ประกอบการ สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน
2. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครอง

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 จักรวาลนภมิต (metaverse)

เมตาเวิร์ส (metaverse) ถูกระบุว่าเป็นวิวัฒนาการลำดับถัดไปของแนวคิดโลกเสมือน และถูกนำเสนอในหลากหลายมิติที่มุ่งสร้างความสมบูรณ์แบบเพิ่มขึ้น เช่น การปฏิสัมพันธ์ สังคม การลงทุน และระบบเศรษฐกิจ คำว่า “Metaverse” ถูกนำมาใช้ครั้งแรกในงานเขียนของ Neal Stephenson ในปี ค.ศ. 1992 เรื่อง Snow Crash และได้ถูกนำมาใช้ในวรรณกรรมวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาการของโลกที่มีปฏิสัมพันธ์ผ่านตัวแทนอิสระของมนุษย์เสมือนหรืออวตาร (avatar) ที่เหมือนโลกจริงหรือดาวเคราะห์ไซเบอร์ที่มีอวตารเป็นตัวแทนของผู้เข้าร่วม และปรากฏในภาพยนตร์ของ Steven Spielberg ในปี ค.ศ. 2018 เรื่อง Ready Player One ที่แสดงถึงการดำเนินชีวิตในโลกคู่ขนานเสมือนจริง

ด้านกายภาพ เมตาเวิร์สถูกอธิบายว่าเป็นเครือข่ายรวมของโลเสมือน 3 มิติ ที่มีความสมจริงและมีขนาดกว้างขวางสามารถรองรับผู้คนจำนวนมากพร้อม ๆ กัน เพื่อการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและสภาพแวดล้อมในรูปแบบของการอวตาร และสร้างการเชื่อมโยงระหว่างโลกเสมือนจำนวนมากที่ผู้ใช้งานเป็นผู้สร้างขึ้น โดยผู้คนที่ทั้งหมดสามารถเข้าถึงได้แค่ผ่านตัวประสานงาน (interface) เพียงชนิดเดียวของผู้ใช้งาน (Davis et al., 2009) และประกอบด้วยคุณลักษณะพิเศษที่ต้องมีความสมจริง ความหลากหลาย และการทำงานร่วมกัน ตลอดจนความสามารถในการปรับขยายขนาดการทำงานร่วมกันได้อย่างไม่จำกัด ด้านการปฏิสัมพันธ์ เทคโนโลยีการเรนเดอร์ 3 มิติ ในรูปแบบของ VR (virtual reality) และ AR (augmented reality) ถูกใช้เป็นตัวประสานงานหลักในการตอบโต้ ตลอดจนการนำเทคโนโลยี VR และ AR มารวมเข้าด้วยกัน เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนที่ผสมผสานระหว่างกายภาพและดิจิทัล และสร้างจุดบรรจบกันระหว่างอินเทอร์เน็ตและเว็บเทคโนโลยีที่เรียกว่า XR (extended reality) (Cheng et al., 2022)

Barrera and Shah (2023) ได้นำเสนอวิวัฒนาการของเมตาเวิร์สที่ต้องประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ 1) การเติบโตจากมุมมองโลกเดียวที่แคบไปสู่มุมมองที่กว้างขึ้นในโลกหลายใบที่เป็นโลกเสมือนที่เชื่อมต่อกัน 2) การเปลี่ยนมุมมองจากโลกเสมือนเพียงอย่างเดียวมาเป็นมุมมองแบบผสมผสานระหว่างโลกจริงและโลกเสมือน ที่ประกอบด้วยตัวประสานงานการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละ

รูปแบบ (VR, AR, MR, XR) และ 3) การบรรจบกันของเทคโนโลยีที่สร้างความตื่นตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ตลอดจนการดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมแบบผสมผสาน

3.2 อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน (virtual real estate)

อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน เป็นหนึ่งในสินทรัพย์ดิจิทัล (digital asset) ที่ถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมการลงทุนและเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบเศรษฐกิจในเมตาเวิร์ส และเป็นตัวแทนของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมดิจิทัลในอนาคตผ่านตัวตนที่เป็นอวตาร (avatar) และการเป็นเจ้าของทรัพย์สินที่ซึ่งเรียกว่าบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถใช้เป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมต่อ สื่อสาร และโต้ตอบกับผู้คนหรือใช้สร้างรายได้จากการเรียกเก็บเงินสำหรับบริการเข้าถึงและการใช้บริการทรัพย์สิน รวมทั้งสามารถซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน ตลอดจนการเช่าพื้นที่ได้เหมือนการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์บนโลกจริง ทั้งนี้ อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนจะอยู่ในรูปแบบของ NFTs (non-fungible Tokens) ซึ่งมีเพียงชิ้นเดียวและไม่สามารถสร้างทดแทนกันได้ ทั้งยังมีตำแหน่งที่ตั้งที่ชัดเจนในเมตาเวิร์ส โดยสามารถตรวจสอบและแสดงความเป็นเจ้าของต่อสาธารณะได้อย่างโปร่งใสในระบบ Blockchain (Guyen & Ercan, 2022) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีในการบันทึกข้อมูลที่มีความปลอดภัยสูงสุด ตลอดจนการซื้อขายแลกเปลี่ยนในรูปแบบที่ปราศจากตัวกลางในการทำธุรกรรม (decentralization) และมีบัญชีกระเป๋าเงินดิจิทัลสำหรับการทำธุรกรรมและเก็บสินทรัพย์ต่าง ๆ

ด้านการลงทุน อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนถูกระบุว่ามีความคล้ายคลึงกับการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์บนโลกจริงที่ต้องใช้องค์ประกอบหลายอย่างในการตัดสินใจ เช่น ทำเลที่ตั้งที่ต้องมีบริษัทขนาดใหญ่หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงครอบครองร่วมอยู่ด้วยหรือการมีกิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงระยะเวลาในการถือครองที่ไม่ควรเป็นลักษณะของการเก็งกำไร (Blockchain research lab, 2022) โดยรูปแบบอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบที่ดินดิจิทัลและการครอบครองพื้นที่อาคาร เพื่อใช้ในการลงทุนพัฒนาธุรกิจและตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ของผู้ครอบครอง (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 อสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นบนโลกเสมือน (ซ้าย) คอนโดมิเนียมเสมือนจริง (ขวา) ที่ดินดิจิทัล
ที่มา: (ซ้าย) www.voxel-towers.com (ขวา) www.sandbox.game

นอกจากผลตอบแทนและการขยายโอกาสด้านการลงทุนแล้ว ในแง่ของการออกแบบด้านสถาปัตยกรรม ทั้งในเชิงการใช้งานพื้นที่และความงาม ตลอดจนปฏิสัมพันธ์ระหว่างอวตารของผู้ใช้งานกับสภาพแวดล้อมดิจิทัลของอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นบนโลกเสมือน Patrik Schumacher นักทฤษฎีทางสถาปัตยกรรมและสถาปนิก ได้นิยามถึงการออกแบบอาคารบนโลกเสมือนว่าควรอยู่ในขอบเขตและระเบียบวิธีของทฤษฎีการออกแบบทางสถาปัตยกรรม แต่เป็นระเบียบวิธีการออกแบบที่ขยายกว้างขึ้น และผู้พัฒนาซอฟต์แวร์หรือนักออกแบบวิดีโอเกมไม่ใช่ผู้ที่เหมาะสมต่อสิ่งเหล่านี้ (Schumacher, 2022) ซึ่งให้เห็นว่า สถาปนิก นักออกแบบ หรือวิชาการออกแบบด้านสถาปัตยกรรม ตลอดจนผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องเตรียมพร้อม และทำความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า อสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นบนโลกเสมือนไม่ใช่แค่สิ่งที่จับต้องไม่ได้หรือเป็นแค่การเก็งกำไร ส่วนต่างเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนที่พิจารณาจากหลายปัจจัยรวมเข้าด้วยกัน ทั้งด้านความงาม ด้านสังคม และผลตอบแทน การทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ของปัจจัยที่อิทธิพลต่อแรงจูงใจจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผู้พัฒนาและนักออกแบบ เพื่อตอบสนองนักลงทุนซึ่งมองหาโอกาสและสิ่งใหม่ที่ยิ่งใหญ่อยู่ตลอดเวลา

3.3 ความคาดหวัง (expectations)

โลกเสมือนเป็นสถานที่แห่งจินตนาการและมีรูปแบบพฤติกรรมที่เป็นอิสระ ซึ่งไม่มีตัวอย่างที่แน่ชัดในปัจจุบัน การทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์เหล่านี้ตั้งอยู่บนการตีความ ความรู้สึก ความเชื่อ และการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น ทฤษฎีความคาดหวังเป็นทางเลือกหนึ่งที่ถูกนำมาใช้อธิบายปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ (Daouk-Oyry, 2023) เพื่อเข้าถึงแรงจูงในระดับเริ่มต้นของกระบวนการคิดวิเคราะห์และเหตุการณ์ตัดสินใจ

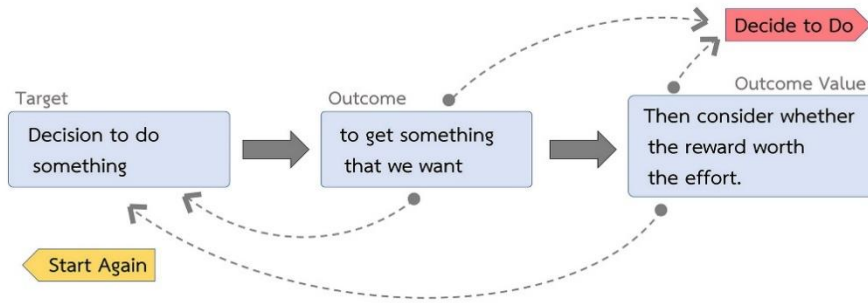
ทฤษฎีความคาดหวัง (expectancy theory) ถูกนำเสนอโดย Victor H. Vroom ในปี ค.ศ. 1964 ในหนังสือชื่อ Work and Motivation อธิบายว่าความคาดหวังได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัยประกอบเข้าด้วยกัน และแต่ละบุคคลจะมีความคาดหวังต่อผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งนำไปสู่ความพอใจและความไม่พอใจ และพบว่าการเปรียบเทียบคุณค่าของผลตอบแทนที่ตนเองได้รับกับผู้อื่น และให้ความสำคัญต่อความเป็นไปได้ของโอกาสในความสำเร็จของผลตอบแทนที่คาดหวัง ผลลัพธ์หรือสิ่งตอบแทนจะมีค่าในเชิงบวกหากเชื่อว่ามีความสำคัญต่อการได้มาและจะพยายามหลีกเลี่ยงผลตอบแทนที่เป็นลบ แต่เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่มีคุณค่าเพียงพอ แรงจูงใจในการกระทำจะไม่ถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้น รวมถึงการคาดการณ์เพื่อบรรลุเป้าหมาย หากโอกาสที่จะได้ผลตอบแทนที่คาดหวังเป็นศูนย์ แรงจูงใจจะกลับไปสู่จุดเริ่มต้นใหม่อีกครั้ง ในด้านความความมุ่งมั่นต่อการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะถูกพิจารณาถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นนั้นมีความคุ้มค่าและตรงกับความต้องการที่กำหนดไว้หรือไม่ และยังขึ้นอยู่กับความน่าดึงดูดใจของผลลัพธ์ที่ได้มามีอิทธิพลต่อแต่ละบุคคลมากน้อยเพียงใด (Solomon et al., 2017) จะเห็นว่ามีการใช้ความคาดหวังเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ใช้สร้างแรงจูงใจอย่างเป็นระบบ

ด้านการลงทุนภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มุ่งกระตุ้นอารมณ์ ความรู้สึก และตอบสนองต่อความคาดหวังในความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้ลงทุน เพื่อให้เกิดการตัดสินใจครอบครอง (Gentile et al., 2007) ทั้งนี้ทฤษฎีความคาดหวังยังคงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและนำไปใช้ทำความเข้าใจในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลายและครอบคลุมวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

Bartol et al. (2003) ได้อธิบายความหมายและขั้นตอนของความคาดหวัง โดยระบุว่าความคาดหวังของบุคคลประกอบด้วย องค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ความคาดหวังในการกระทำ จะพิจารณาจากความสามารถและความพร้อมในแต่ละด้าน ตลอดจนผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยเป็นสิ่งที่ประมาณการหรือคาดการณ์ไว้แล้วล่วงหน้าถึงความเป็นไปได้ที่มีมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมและการกระทำ
2. ความคาดหวังต่อผลลัพธ์ คือ ผลที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำอันเป็นสิ่งที่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมหรือลงมือกระทำ โดยผ่านการคิดวิเคราะห์ว่าถ้ากระทำแล้วจะได้ผลลัพธ์หรือสิ่งตอบแทนอย่างไร
3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ เป็นการคาดการณ์หรือประมาณการในการให้คุณค่าของผลลัพธ์ที่ได้มาว่ามีความคุ้มค่าต่อการกระทำหรือไม่ ซึ่งคุณค่าของผลลัพธ์จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคลและหากมีการให้คุณค่าที่สูงต่อผลลัพธ์ แรงจูงใจที่ใช้ในการตัดสินใจก็จะสูงตามไปด้วย

จากการทำความเข้าใจในแนวคิดทฤษฎีความคาดหวัง จะเห็นว่าเมื่อมนุษย์ต้องการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดล้วนมีเหตุผลมากมาย เพื่อรองรับกับการกระทำหรือการตัดสินใจนั้น ๆ แท้จริงแล้วเหตุผลเหล่านั้นก็คือ ความคาดหวังเพื่อให้ได้มาซึ่งความพอใจหรือตอบสนองต่อความต้องการบางอย่างนั่นเอง ซึ่งจะมีกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจอย่างเป็นขั้นตอน โดยเริ่มจากเป้าหมายที่ต้องการกระทำในบางสิ่ง (target) โดยคาดหวังให้เกิดผลลัพธ์บางอย่างตอบแทนกลับมาจากกระทำ (outcome) แล้วจึงพิจารณาว่าผลลัพธ์หรือสิ่งตอบแทนที่จะได้กลับมานั้นคุ้มค่ากับการลงทุนลงแรงกับสิ่งที่ได้ทำลงไปหรือไม่ (outcome value) หากพิจารณาแล้วเกิดความพึงพอใจก็จะนำไปสู่การลงมือทำ แต่จะเริ่มกระบวนการคิดวิเคราะห์ใหม่อีกครั้งเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าผลตอบแทนที่ได้มาไม่คุ้มค่าหรือไม่เป็นที่พอใจ โดยสามารถแสดงความเชื่อมโยงได้ดังนี้ (ภาพที่ 2)

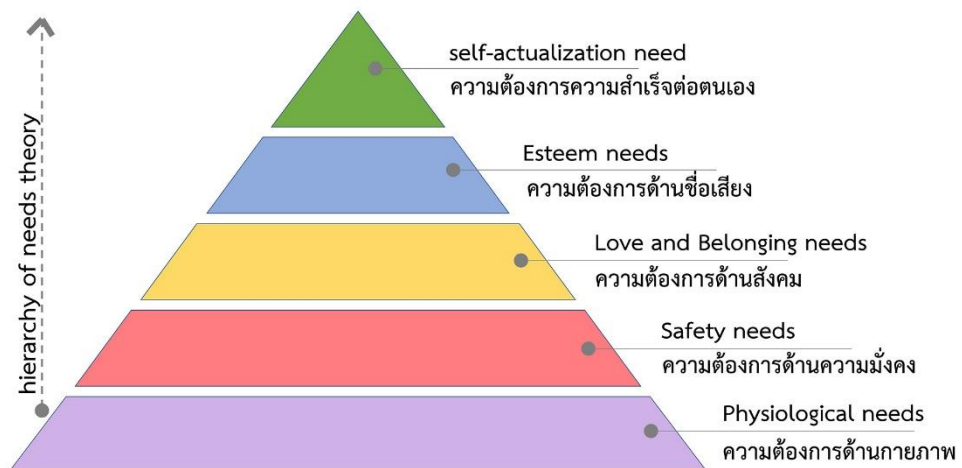


ภาพที่ 2 รูปแบบความคาดหวังที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจ
ที่มา: โดยผู้เขียน ดัดแปลงจากทฤษฎีความคาดหวัง (Bartol et al., 2003)

3.4 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์

ทางจิตวิทยา ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ (hierarchy of needs theory) ของ อับราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) จัดอยู่ในประเภททฤษฎีการจูงใจ (motivation theory) โดยระบุไว้ในเอกสารชื่อ A Theory of Human Motivation เมื่อปี ค.ศ. 1943 ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากการพยายามกระตุ้นกำลังใจในการทำงานและสร้างแรงจูงใจให้กันคนงาน เพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนเกิดการยอมรับเป็นทฤษฎีและได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง

Mcleod (2023) อธิบายว่าลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่ตลอดเวลา ไม่มีที่สิ้นสุดราบใดที่ยังมีชีวิต และเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะไม่มีความสนใจในพฤติกรรมนั้นอีกต่อไป ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจอยู่ต่อไป อีกทั้งความต้องการของมนุษย์จะมีลำดับชั้นจากต่ำไปสู่ลำดับที่สูงกว่าตามลำดับความสำคัญ เมื่อความต้องการชั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการชั้นที่สูงกว่าก็จะตามมา ตามแนวคิดของมาสโลว์ สามารถแสดงลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น ดังนี้ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์
ที่มา: โดยผู้เขียน ดัดแปลงจากทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ (Mcleod, 2023)

3.5 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์กับการถือครองสินทรัพย์บนโลกจริงและโลกเสมือน

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ถูกนำไปใช้อธิบายความต้องการในหลายภาคส่วนที่แตกต่างกัน เช่น การดำเนินชีวิต การตลาด การลงทุน ตลอดจนความต้องการของผู้คนบนโลกเสมือน และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัย พบว่า ภาครัฐหรือบริษัทได้นำทฤษฎีนี้ไปใช้ในการศึกษาวิธีการที่นักลงทุนตอบสนองความต้องการของตนเองจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ และนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ (Fudge, 2016) และในโลกเสมือนได้ถูกนำไปใช้กระตุ้นแรงบันดาลใจในการแสวงหาความสุข การขยายขีดความสามารถในการดำเนินชีวิต และสร้างความดีความที่เป็นเรื่องของจิตใจมากกว่าทางกายภาพ ที่ให้อำนาจในการแสดงตัวตนและอิสระในการกระทำ ตลอดจนการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ไร้ขีดจำกัด (Serpil, 2022) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าโลกจริงและโลกเสมือนมีส่วนที่แตกต่างและซ้อนทับกันของรูปแบบความต้องการ โดยสามารถอธิบายความเกี่ยวข้องในแต่ละลำดับชั้น ดังนี้

1. ความต้องการด้านกายภาพ (physiological need) ในโลกจริงมุ่งตอบสนองต่อการมีสถานที่สำหรับพักผ่อนให้ความอบอุ่น และปกป้องตนเองจากผลกระทบทางธรรมชาติ ในขณะที่โลกเสมือนไม่ได้ถูกยึดติดเอาไว้กับสรีระร่างกายเพียงอย่างเดียว แต่เป็นความต้องการขยายความสามารถของรูปแบบการดำเนินชีวิตในโลกจริงด้วยวิธีเสมือนจริงที่ลดภาระการกระทำสิ่งต่าง ๆ และการหลุดพ้นจากข้อจำกัดด้านระยะทาง สถานที่ สภาพอากาศ โรคภัย และความต้องการด้านอาหาร และต้องการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงกายภาพทางดิจิทัลที่เหนือจริงตามที่ตนเองต้องการ

2. ความต้องการด้านความมั่นคง (safety need) บนโลกจริงและโลกเสมือน ถูกอธิบายว่า เป็นการตอบสนองการลงทุนที่สร้างความมั่นคงทางการเงิน ให้ผลตอบแทนได้ในวันข้างหน้า และบนโลกเสมือนยังรวมไปถึงการสร้างรายได้จากการพึ่งพาตนเองและเพิ่มอิสระให้กับรูปแบบการทำงานที่ไม่ยึดติดกับช่วงเวลา สร้างโอกาสการครอบครองสิ่งของและสินทรัพย์ที่มากขึ้น และความปลอดภัยในการแสดงสิทธิความเป็นเจ้าของได้ทั้งโลกจริงและโลกเสมือน

3. ความต้องการด้านสังคม (love and belongingness need) บนโลกจริงและโลกเสมือน ต้องการตอบสนองความเป็นที่รักและเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ได้อยู่ในวิถีชีวิตที่ตนเองต้องการ ที่ห้อมล้อมด้วยสภาพแวดล้อมและชุมชนที่ตนเองคาดหวัง และบนโลกเสมือนยังรวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ไร้ขีดจำกัด และเกิดกลุ่มสังคมเสมือนจริงที่เชื่อมต่อถึงกันอย่างไม่มีที่สิ้นสุดที่เข้าถึงได้ตลอดเวลา

4. ความต้องการด้านชื่อเสียงและได้รับการยกย่อง (esteem need) ในโลกจริงเป็นความต้องการมีคุณค่าจากสถานที่ที่สามารถบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมและแสดงถึงสัญลักษณ์ของความสำเร็จ ความภาคภูมิใจ และการได้แสดงออกถึงตัวตนจากสินทรัพย์ที่ถือครอง ในโลกเสมือนเป็นส่วนขยายของความสามารถในการแสดงออกถึงตัวตนได้อย่างอิสระ ผ่านการกระทำบางอย่างที่ไม่อาจแสดงออกได้ในโลกจริง ที่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงชีวิตในฐานะผู้มีชื่อเสียงที่สามารถมอบโอกาสให้กับตนเองอย่างไม่คาดคิด

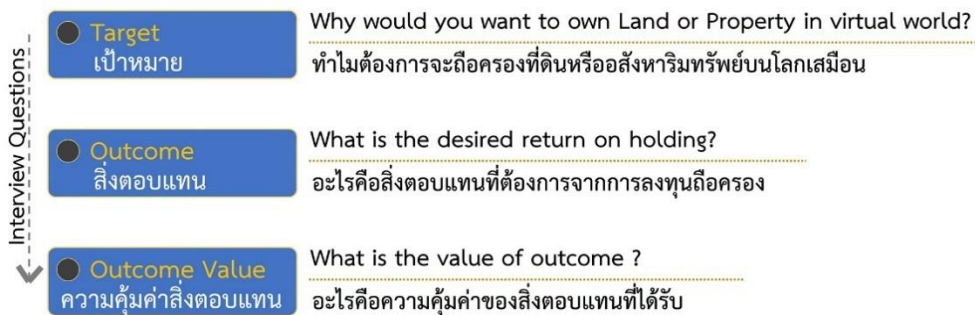
5. ความต้องการความสำเร็จต่อตนเอง (self-actualization need) ทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน มีความซ้อนทับกันในการบรรลุความพึงพอใจต่อตนเอง การได้พิสูจน์ในสิ่งที่ตนเองคิดและหวังจากการลงทุน หรือจากการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะแตกต่างออกไปในแต่ละบุคคล

จะเห็นว่ามนุษย์ยังคงมุ่งหาเครื่องมือหรือปัจจัยที่ใช้ในการตอบสนองต่อความต้องการในลำดับชั้นต่าง ๆ ของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ การทำความเข้าใจต่อแรงจูงใจในพฤติกรรมที่แสดงถึงวิธีการที่มนุษย์กระทำเพื่อตอบสนองต่อลำดับชั้นความต้องการ ผ่านความคาดหวังจากการถือครองสินทรัพย์บนโลกเสมือน ถือได้ว่าเป็นองค์ความรู้ที่มีความสำคัญในมุมมองของหลักการตลาดและการพัฒนาธุรกิจ ตลอดจนวิชาการออกแบบสถาปัตยกรรมจะที่เกิดขึ้นกับพื้นที่แห่งใหม่นี้ ซึ่งการทำความเข้าใจต่อกระบวนการพื้นฐานเหล่านี้สามารถช่วยเพิ่มโอกาสให้ประสบความสำเร็จในกระบวนการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการได้มากยิ่งขึ้น

4. เบบบวธีรวิย

4.1 การเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้กำหนดรูปแบบวิธีวิจัยให้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งหาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (snowball sampling) และกำหนดเงื่อนไขของผู้ให้ข้อมูลจะต้องเป็นผู้ที่ได้ลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนในรูปแบบที่ดินดิจิทัลของ The Sandbox แล้ว เพื่อให้คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลมีความใกล้เคียงกันมากที่สุด ผู้วิจัยได้เข้าถึงผู้ให้ข้อมูลจนเกิดการวนซ้ำในการแนะนำ และได้คัดเลือกเอาผู้ให้ข้อมูลระดับบน 16 คนแรก มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยจัดทำเป็นชุดคำถาม 3 ข้อ ที่มาจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและการตั้งข้อสังเกตในเหตุการณ์ที่มีความเกี่ยวข้อง โดยอ้างอิงเข้ากับทฤษฎีความคาดหวังซึ่งมีรูปแบบคำถาม ดังนี้ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 คำถามและลำดับคำถามในการสัมภาษณ์ความคาดหวังของผู้ลงทุน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เป็นเครื่องมือในการจำแนกเหตุปัจจัยที่ผู้ลงทุนให้ความสำคัญ โดยทำการแยกข้อมูลออกเป็น 3 ลำดับ ตามประเด็นคำถาม โดยแต่ละประเด็นคำถามจะทำการจำแนกหมวดหมู่ของคำตอบที่สื่อความหมายถึงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ในแต่ละชั้น จากนั้นทำการรวบรวมจำนวนคำตอบที่สื่อความหมายในลักษณะเดียวกันและนับจำนวนความถี่ของการตอบ มาทำการสรุปผลในอัตราส่วนร้อยละ (ตารางที่ 1) และนำเสนอในรูปแบบกราฟแท่ง (ภาพที่ 5) ที่แสดงถึงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด 3 อันดับแรก และแสดงปัจจัยที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดที่แฝงอยู่ในแต่ละลำดับขั้นความต้องการ เพื่อใช้สรุปข้อค้นพบและนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังที่ผู้ลงทุนใช้ในการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน

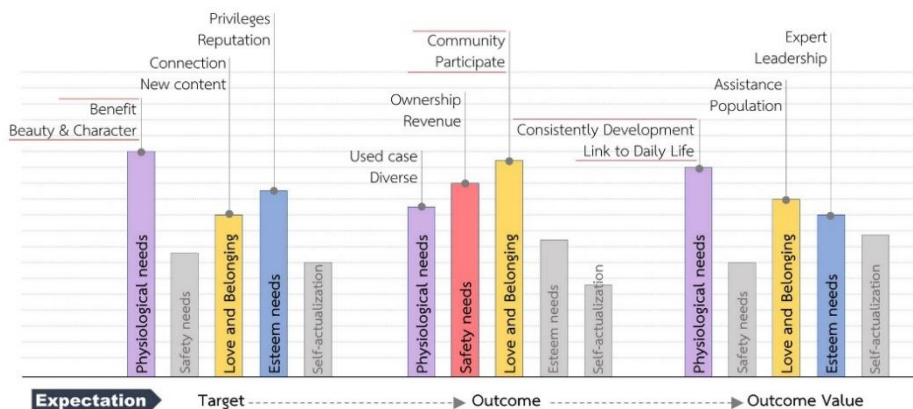
5. ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้ลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนจำนวน 16 คน สามารถจำแนกรูปแบบคำตอบที่นักลงทุนคาดหวังและจัดลำดับเข้ากับลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ดังนี้

ตารางที่ 1 การจำแนกหมวดหมู่ของรูปแบบคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์

	Expectancy	Hierarchy of Needs	Meaning of Pattern	Frequency
1.	Target	Physiological need	Benefit	28%
			Beauty and Character	
		Love and Belongingness need	Connection	20%
			New content	
		Esteem need	Privilege	23%
			Reputation	

		Other		29%
	Expectancy	Hierarchy of Needs	Meaning of Pattern	Frequency
2.	Outcome	Physiological need	Used case	21%
			Diverse	
		Safety need	Ownership	24%
			Revenue	
		Love and Belongingness need	Community	27%
			Participate	
		Other		28%
3.	Outcome Value	Physiological need	Consistently development	26%
			link to daily life	
		Love and Belongingness need	Population	22%
			Assistance	
		Esteem need	Leadership	20%
			Expert	
		Other		32%



ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยความคาดหวังที่เชื่อมโยงกับลำดับขั้นความต้องการแต่ละด้าน

ความคาดหวังขั้นที่ 1 เป้าหมาย (target) หมายถึง จุดที่นำมาซึ่งความสนใจของผู้ลงทุน จากประเด็นคำถามข้อที่ 1 ผู้ลงทุนส่วนใหญ่คาดหวังจะนำศักยภาพของอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนมาใช้ขยายโอกาสทางธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน (benefit) และคาดหวังให้พื้นที่ทางกายภาพในโลกเสมือนสามารถสร้างสรรค์ความสวยงามได้อย่างอิสระและมีเอกลักษณ์แปลกใหม่ที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในโลกจริง เพื่อนำมาสร้างข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (beauty and character) คิดเป็นร้อยละ 28 โดยความคาดหวังที่ปรากฏในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านกายภาพ (physiological need) รองลงมาร้อยละ 23 ผู้ลงทุนคาดหวังการได้รับสิทธิพิเศษที่แตกต่างที่เหนือกว่าผู้อื่นและได้รับโอกาสต่าง ๆ ก่อนผู้อื่น (privileges) และผู้ลงทุนคาดหวังให้การเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเองได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (reputation) ซึ่งความคาดหวังในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านชื่อเสียง (esteem need) และในลำดับสุดท้าย ผู้ลงทุนคาดหวังการสร้างโอกาสที่จะได้พบเจอผู้คนเพิ่มมากขึ้น (connection) และได้เข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างออกไป (new content) คิดเป็นร้อยละ 20 ความคาดหวังในส่วนนี้ถูกจัดเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านสังคม (love and belongingness need)

ความคาดหวังขั้นที่ 2 สิ่งตอบแทน (outcome) หมายถึง จุดที่ผู้ลงทุนต้องการให้เกิดผลลัพธ์ขึ้นหากตัดสินใจลงทุน จากประเด็นคำถามข้อที่ 2 ผู้ลงทุนส่วนใหญ่คาดหวังให้เกิดการรวมกลุ่มทางสังคมของผู้ที่สนใจหรือชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน (community) และเกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกันทางด้านโซเชียลมีเดีย (participate) คิดเป็นร้อยละ 27 ความคาดหวังที่ปรากฏในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านสังคม (love and belongingness need) รองลงมาร้อยละ 24 ผู้ลงทุนคาดหวังให้ทรัพย์สินที่ถือครองมีความต้องการครอบครองในตลาดเพิ่มขึ้น และปลอดภัยจากการสูญหาย (ownership) และคาดหวังรูปแบบรายได้ที่เกิดขึ้นจริงอย่างต่อเนื่องที่เพิ่มมูลค่าให้กับทรัพย์สินที่ถือครอง (revenue) ความคาดหวังในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านความมั่นคง (safety need) และในลำดับสุดท้าย ผู้ลงทุนคาดหวังให้เกิดการใช้งานที่แพร่หลายและนำไปใช้งานได้จริง (used case) และสามารถใช้สร้างผลประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ (diverse) คิดเป็นร้อยละ 21 ความคาดหวังในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านกายภาพ (physiological need)

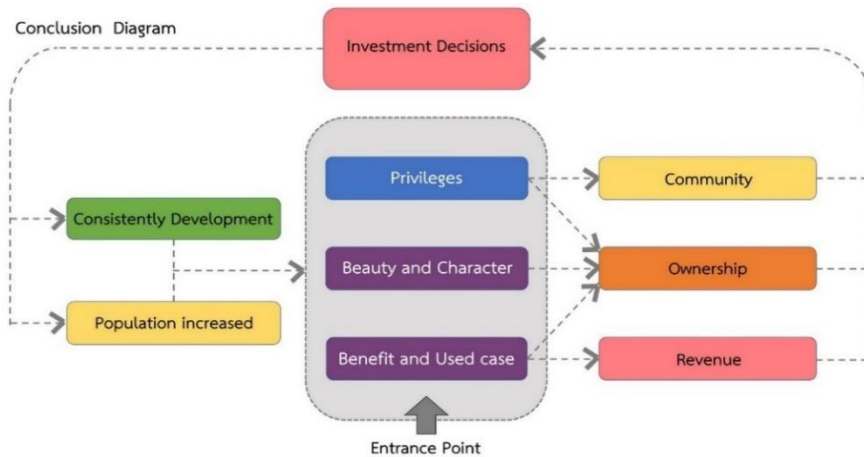
ความคาดหวังขั้น 3 ความคุ้มค่าของสิ่งตอบแทน (outcome value) หมายถึง จุดที่ทำให้ผู้ลงทุนมั่นใจ และไม่รู้สึกลังเลถึงความผิดพลาดในการตัดสินใจ จากประเด็นคำถามข้อที่ 3 ลงทุนส่วนใหญ่คาดหวังให้เกิดการพัฒนาประโยชน์การใช้งานที่ต่อเนื่องสม่ำเสมอ (consistently development) และคาดหวังให้สามารถนำมาใช้งานร่วมกับชีวิตประจำวันได้ (link to daily life) คิดเป็นร้อยละ 26 โดยความคาดหวังที่ปรากฏในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านกายภาพ (physiological need) รองลงมาร้อยละ 22 ผู้ลงทุนคาดหวังให้มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นและมีกลุ่มก่อนที่หลากหลาย (population) และคาดหวังให้เกิดการแบ่งปันแลกเปลี่ยนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (assistance) ความคาดหวังในส่วนนี้ถูกจำแนกเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านสังคม (belongingness and love need) และในลำดับสุดท้าย ผู้ลงทุนคาดหวังใช้การลงทุนเพื่อการยกสถานะทางสังคมของตนเอง ไปสู่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (leadership) และได้รับการยอมรับให้เป็นผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาผู้อื่นได้ (expert) คิดเป็นร้อยละ 20 ความคาดหวังในส่วนนี้ถูกจัดเข้ากับลำดับขั้นความต้องการด้านชื่อเสียง (esteem need)

6. อภิปรายและสรุปผล

การศึกษาความคาดหวังในการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน พบว่าผู้ลงทุนได้ใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์ และคาดการณ์ในหลักเหตุผลของผลลัพธ์ที่เกิดจากการกระทำและแนวโน้มความเป็นได้ต่อเนื่องก่อนตัดสินใจลงทุนหรือกระทำการบางอย่าง ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังและสามารถจำแนกความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกิดขึ้นได้ตามนิยามของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ โดยสามารถอธิบายเป็นลำดับความเชื่อมโยงได้ ดังนี้

ความคาดหวังอันเป็นจุดเริ่มต้นที่ก่อให้เกิดความสนใจและแรงจูงใจต่อการลงทุน คือ การที่ผู้ลงทุนได้รับอิสระในการสร้างสรรค์ประโยชน์ใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ อีกทั้งผู้ลงทุนมีความสนใจเพิ่มขึ้นเมื่อรับรู้ถึงความสามารถในการปรับเปลี่ยนความสวยงามของรูปลักษณะและบรรยากาศของกายภาพบนโลกเสมือนได้อย่างมีอิสระ ที่นำไปสู่การสร้างความเต็มใจเพลิดเพลินจากการใช้งาน ตลอดจนการได้รับสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่นทั้งในด้านการใช้งานและผลประโยชน์ จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจะนำไปให้ผู้ลงทุนเกิดความคิดวิเคราะห์และเกิดความคาดหวังในส่วนถัดไป โดยผู้ลงทุนจะเริ่มพิจารณาถึงสิ่งตอบแทนหรือผลลัพธ์ที่จะได้กลับมาเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ซึ่งความคาดหวังในส่วนนี้ผู้ลงทุนได้ให้ความสำคัญต่อการมีกลุ่มก่อนทางสังคมของผู้ชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน รวมไปถึงการเกิดรูปแบบผลตอบแทนจากการลงทุนที่ชัดเจนและรับรู้ถึงมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของทรัพย์สิน ตลอดจนการได้ครอบครองสิ่งที่มีจำนวนจำกัดและได้เป็นเจ้าของในสิ่งที่ผู้อื่นต้องการจะครอบครอง นอกจากรูปแบบของสิ่งตอบแทนแล้ว ผู้ลงทุนยังคาดหวังถึงสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นต่อการเพิ่มปริมาณการลงทุน โดยผู้ลงทุนจะใช้ความคาดหวังในส่วนนี้พิจารณาความคุ้มค่าและโอกาสความเป็นไปได้ทางธุรกิจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนถือครอง ซึ่งประกอบด้วยการเติบโตของจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาที่ต่อเนื่องและมีกิจกรรมข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนความสามารถในการเชื่อมโยงทรัพย์สินที่ลงทุนเข้ากับรูปแบบการใช้งานในชีวิตประจำวัน

เมื่อผู้ลงทุนมองเห็นความเป็นไปได้ในความคาดหวังของตนเอง และพิจารณาถึงความคุ้มค่าและความต่อเนื่องของสิ่งที่จะเกิดขึ้นครบทั้งกระบวนการ โอกาสในการตัดสินใจลงทุนถือครองจะเพิ่มขึ้นความกังวลต่อการตัดสินใจผิดพลาดจะลดลง เพราะความคาดหวังได้รับการตอบสนองแล้วในส่วนหนึ่งและมีโอกาสที่จะเพิ่มปริมาณและระยะเวลาในการลงทุนมากขึ้น หากเห็นว่าปัจจัยที่คาดหวังเกิดการหมุนวนและตอบรับต่อสิ่งที่คาดหวัง โดยสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างกันได้ ดังนี้ (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 แนวคิดแรงจูงใจการตัดสินใจลงทุนถือครองสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน

แม้ว่าโลกเสมือนหรือ Metaverse จะเติบโตและมีพัฒนาการที่รวดเร็ว อีกทั้งยังมีปริมาณการลงทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีคำถามมากมายถึงแรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองทรัพย์สินที่ไม่สามารถจับต้องได้เหล่านี้ ส่งผลให้เกิดความท้าทายต่อการศึกษาและทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น การศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุนใช้ความคาดหวังที่ตอบสนองกับลำดับขั้นความต้องการเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ และแสดงให้เห็นถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ

อย่างไรก็ตาม การทำความเข้าใจในเชิงลึกของแต่ละปัจจัยที่ปรากฏอยู่ในการศึกษาครั้งนี้ ยังคงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมของกรอบแนวคิดทฤษฎีในแง่มุมที่แตกต่างออกไป ตลอดจนเพิ่มเติมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและพฤติกรรมศาสตร์ร่วมด้วย จะทำให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักพัฒนาโครงการ นักออกแบบ หรือสาขาวิชาการออกแบบสถาปัตยกรรม สามารถนำไปใช้อ้างอิงและพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มเติมให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักลงทุนและผู้ใช้งานที่มีต่อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- Barrera, K. G., & Shah, D. (2023). Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155(A), <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113420>
- Bartol, K. M., Martin, D. C., Tein, M., & Martin, G. (2003). *Management – A Pacific Rim Focus*. McGraw Hill.
- Chen, B., Song C., Lin, B., Xu, X., Tang, R., Lin, Y., Yao, Y., Timoney, J., & Bi, T. (2022). A Cross-platform Metaverse Data. *2022 IEEE International Conference on Metrology for Extended Reality*, 145-150. <https://doi.org/10.1109/MetroXRINE54828.2022.9967588>
- Cheng, R., Wu, N., Chen, S., & Han, B. (2022). Reality Check of Metaverse: A First Look at Commercial Social Virtual Reality Platforms. *2022 IEEE Conference on Virtual Reality and 3D User Interfaces Abstracts and Workshops (VRW)*, 141-148. <https://doi.org/10.1109/VRW55335.2022.00040>
- Daouk-Oyry, L. (2023). *Vroom's Expectancy Theory*. SAGE
- Davis, A., Murphy, J. D., Owens, D., Khazanchi, D., & Zigurs, I. (2009). Avatars, People, and Virtual Worlds: Foundations for Research in Metaverses. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(2), 90-117. <http://dx.doi.org/10.17705/1jais.00183>

- Felijo, G. G. (2023). Cities and Territorial Brand in The Metaverse: The Metaverse SEOUL Case. *Sustainability*, 15(13), <https://doi.org/10.3390/su151310116>
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value with the Customer. *European Management Journal*, 25(5), 395-410. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- Guyen, I., & Ercan, T. (2022). Factors Determining the Value of Property: Comparison of Real World and Metaverse. *7th International Project and Construction Management Conference (IPCMC2022)*, 565-573. <https://bit.ly/3RoO5Np>
- Schumacher, P. (2022). The metaverse as opportunity for architecture and society: design drivers, core competencies. *Architectural Intelligence*, 1(1), 11-30. <https://doi.org/10.1007/s44223-022-00010-z>
- Serpil, H. (2022). The Metaverse or Meta-Awareness?. *Journal of Metaverse*, 3(1), 1-8. <https://doi.org/10.57019/jmv.1093347>
- Solomon, M., White, K., & Dahl, D. W. (2017). *Consumer Behaviour: Buying, Having, Being Seventh Canadian Edition*. Pearson.

ออนไลน์

- Blockchain research lab. (2022, November 22). *An analysis of LAND in The Sandbox: Q4 2022*. <http://bit.ly/3ZKRFDC>
- EY Center. (2023, March 2). *How boards can prepare for a future in the metaverse*. <https://bit.ly/44SVAQ2>
- Fudge, S. (2022, September 14). *Maslow's Hierarchy of Needs and Toronto Real Estate for Sellers*. Urbaneer. <https://bit.ly/3T62Nbb>
- Gartner. (2022, February 7). *People Will Spend At Least One Hour Per Day in the Metaverse by 2026*. <http://bit.ly/3ZO9yBA>
- JP Morgan. (2022, March 8). *Opportunities in the metaverse*. <https://bit.ly/3Z0he1X>
- Mcleod, S. (2023, July 26). *Maslow's Hierarchy Of Needs Theory*. Simply Psychology. <https://simplypsychology.org/maslow.html>
- Muchai, F. (2022, September 23) *The fall of Metaverse and Virtual lands. Will it ever rise back?*. Cryptopolitan. <https://bit.ly/48izx8h>
- Republic realm. (2022, January 17). *2021 Metaverse Real Estate Report*. <https://everyrealm.com/projects#settle-in>
- Williamson, D. A. (2020, June 22). *Uptick in US Adults' Social Media Usage Will Likely Normalize Post-Pandemic*. Insider Intelligence. <https://bit.ly/3q8neXW>