

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน Factors Affecting Investment Decisions in the Virtual Properties

คมกฤษ ปลิดโรค^{1*} และ สิงห์ อินทรชูโต²

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900

²รองศาสตราจารย์และหัวหน้าศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900

Komkrit Plidroek^{1*} and Singh Intrachooto²

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

²Associate Professor, Head of Research and Innovation for Sustainability Center, Kasetsart University, Bangkok, Thailand, 10900

*Email: komkrit.pl@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอและวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังของนักลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน ผ่านการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ได้ลงทุนถือครองและผู้ที่ตั้งใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนในรูปแบบที่ดินดิจิทัล (Virtual Land) จำนวน 300 คน จากแพลตฟอร์มอสังหาริมทรัพย์เสมือนจริงที่มีในปัจจุบัน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนมากที่สุด คือ การมีกิจกรรมด้านโซเชียลมีเดียที่ศึกษามีจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถแสดงออกถึงตัวตนได้อย่างมีอิสระ (Participation) รองลงมา คือ การเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (Income) ลำดับถัดมา คือ การสร้างโอกาสในการพบเจอผู้คนใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น (Connection) การนำไปขยายโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย (Opportunity) การสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงให้กับตนเองได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (Reputation) การได้ครอบครองสิ่งใหม่ก่อนใครและตอบสนองความชื่นชอบภายในจิตใจตนเอง (Infatuation) การเพิ่มขึ้นของมูลค่าทรัพย์สินและความต้องการของตลาด (Value) การมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่สร้างประสบการณ์ความดีต่อการใช้งาน ที่สามารถใช้เป็นจุดเด่นและข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (Experience) การได้รับโอกาสและสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น (Exclusivity) และการได้ครอบครองในสิ่งที่มีจำนวนจำกัดและผู้อื่นมีความต้องการ (Ownership) ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: เมตาเวิร์ส, อสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน, ความคาดหวัง, การตัดสินใจลงทุน

Abstract

This article aims to present and analyze factors affecting investors' expectations in investing in virtual properties. Data were collected from 300 individuals who had invested or intended to soon invest in virtual lands through an online questionnaire. This research utilized multiple regression analysis to examine the relationships among expectation factors affecting investors' decision-making process. The findings indicate that the most influential factor affecting investors' decisions was "active engagement" in the platform activities with an increasing number of new participations, allows while the platform self-expression, freely. The secondary key factor is related to income generation. Other factors such as opportunities for increasing interpersonal connections for diverse business opportunities, enhancement of credibility and reputation, the early ownership of new assets or properties influenced by personal infatuation, increase of asset market value, and distinctive aesthetic of the platform for immersive experience competitive business advantages, exclusivity of ownership over others, ownership of items with limited availability, respectively, play a vital role in affecting investors' decisions to hold virtual properties, exhibiting statistical significance at a level of 0.05.

Keywords: Metaverse, Virtual Properties, Expectations, Investment Decision

Received: April 30, 2024; **Revised:** February 24, 2024; **Accepted:** March 12, 2025

1. บทนำ

การเกิดขึ้นของโลกเสมือนหรือ Metaverse และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี Web 3.0 ได้แสดงให้เห็นจุดบรรจบกันของสภาพแวดล้อมแบบผสมผสานระหว่างโลกจริงและโลกเสมือน ที่สร้างประสบการณ์ความตื่นตาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ขยายขีดจำกัดการดำเนินชีวิตของมนุษย์ให้เพิ่มขึ้น (Barrera & Shah, 2023) การใช้ชีวิตเสมือนจริงไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป ในปี ค.ศ. 2019 การระบาดของ COVID-19 เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้คนเริ่มปรับตัวคุ้นชินกับการปรากฏตัวของโลกเสมือน (Williamson, 2020) กิจกรรมบางอย่างถูกผลักดันให้มาอยู่ในโลกเสมือน เช่น การจับจ่ายใช้สอย การพบปะทางสังคม การศึกษา กิจกรรมความบันเทิง และการแสดงสินค้า เป็นต้น ตลอดจนการเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมของสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset) เช่น อสังหาริมทรัพย์เสมือนจริง (Virtual Properties) ที่ดินดิจิทัล (Virtual Land) งานศิลปะดิจิทัล (Digital Arts) และสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) โดยการทำธุรกรรมต่าง ๆ ถูกจัดการด้วยเทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูลแบบไม่มีตัวกลาง ซึ่งข้อมูลจะถูกปกป้องและทำสำเนาไว้ในฐานข้อมูลเดียวกันเสมือนห่วงโซ่ (Blockchain) โดยสามารถรับรู้ถึงสิทธิความเป็นเจ้าของร่วมกัน และสินทรัพย์ดิจิทัลจะมีเพียงหนึ่งเดียวและไม่สามารถสร้างทดแทนกันได้ ที่เรียกว่า Nfts (Non-Fungible Token) ซึ่งมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับสินทรัพย์บนโลกจริง ด้วยองค์ประกอบดังกล่าวทำให้มีการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนเกิดขึ้นมากมาย เช่น The Sandbox, Decentraland, Crypto Voxels, Somnium Space (Republic Realm, 2022) โดยในปี ค.ศ. 2021 สินทรัพย์บนโลกเสมือนมีมูลค่าทางการตลาดรวมกัน 40,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (JP Morgan, 2022) ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นของตนเอง ทำให้นักลงทุน บุคคลที่มีชื่อเสียง และบริษัทชั้นนำในธุรกิจด้านต่าง ๆ เช่น Nike, Puma, Adidas, Gucci, Mercedes-Benz, Hyundai, Coca-Cola, Disney, Tommy Hilfiger, Mcdonald's, Warner Bros, Snoop Dogg, Pranksy เริ่มเข้ามาลงทุนครอบครองพื้นที่บนโลกเสมือน เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ และคาดการณ์ว่าระบบเศรษฐกิจบนโลกเสมือนจะมีมูลค่ารวมกัน 1.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2030 และเชื่อว่าภายในปี ค.ศ. 2026 ผู้คนกว่า 25% ทั่วโลกจะใช้เวลาอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อวัน ในการเข้าไปอยู่ในโลกเสมือน (EY Center, 2023)

อย่างไรก็ตาม ยังมีความคิดเห็นต่อโลกเสมือนที่แตกต่างออกไป โดยมีความเชื่อว่าโลกเสมือนจะเป็นเพียงปรากฏการณ์ชั่วคราวหรือเป็นเพียงเศรษฐกิจฟองสบู่ และมีแนวโน้มที่ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนและนักลงทุนจำนวนมากจะไม่ประสบความสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจให้กับตลาดการลงทุน (Guyen & Ercan, 2022) และการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนถูกเปรียบเทียบกับโครงสร้างที่คล้ายกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนโลกจริง (Asara, 2022) โดยภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในโลกจริงให้ความสำคัญในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการตอบสนองต่อความคาดหวัง (Expectations) ของผู้ลงทุน เพื่อสร้างแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ (Gentile et al., 2007)

จากงานวิจัยเรื่องความคาดหวังในการถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน (Plidroke & Intrachooto, 2024) พบว่า ผู้ลงทุนใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์และคาดการณ์ถึงรูปแบบของผลลัพธ์ที่ตนเองคาดหวังที่ต่อเนื่องเป็นลำดับขั้น ตลอดจนประเมินแนวโน้มความเป็นได้ก่อนตัดสินใจลงทุน ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจที่มีความคาดหวังเป็นแรงจูงใจ และมีรูปแบบปัจจัยที่เชื่อมโยงกับลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs) ในบริบทของโลกเสมือน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ เห็นว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่ปรากฏในความคาดหวังของผู้ลงทุนยังขาดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงสถิติที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน การนำข้อค้นพบดังกล่าวมาขยายผลการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จะนำไปสู่การอธิบายข้อค้นพบดังกล่าว ในแง่มุมที่ชัดเจนและครอบคลุมรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน (Virtual Properties) ผ่านการศึกษาและทำความเข้าใจความคาดหวังที่ผู้ลงทุนใช้ในการตัดสินใจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ประกอบด้วยประเด็นคำถามที่สื่อถึงความคาดหวังที่ผู้ลงทุนต้องการได้รับหรือต้องการให้เกิดขึ้นหลังจากตัดสินใจลงทุนถือครอง จากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 300 คน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นเครื่องมือในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน เพื่อให้ นักออกแบบ สถาปนิก และผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ลงทุนมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อนำเสนอรูปแบบปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน

3. ขอบเขตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตัดสินใจ (Decision) เป็นกระบวนการที่โอกาสความเป็นไปได้จากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งทางด้านสถิติและการคาดการณ์ และเป็นทักษะสำคัญที่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การรับรู้ การตอบสนองความต้องการ เหตุผล สัญชาตญาณ การพึ่งพา ตลอดจนการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและข้อผิดพลาด การตัดสินใจขึ้นอยู่กับทางเลือกหรือแรงจูงใจ ซึ่งแรงจูงใจที่มีค่าความคาดหวังสูงจะส่งผลต่อการตัดสินใจ (Mittal, 2022) ซึ่งผลลัพธ์จากการตัดสินใจอาจจะเป็นไปได้หรือเป็นไปไม่ได้ โดยทางเลือกที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดจะถูกใช้ในการตัดสินใจ เรียกว่า ความคาดหวัง (Expectation)

ความคาดหวังเป็นแรงจูงใจสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่งผลให้บุคคลกระทำการบางสิ่งบางอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งตอบแทนรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (Daouk-Oyry, 2023) โดยผลลัพธ์ที่ได้มานั้นมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้กระทำ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs) ทั้ง 5 ขั้น คือ 1) ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Need) 2) ความต้องการด้านความมั่นคง (Safety Need) 3) ความต้องการด้านสังคม (Love And Belongingness Need) 4) ความต้องการด้านชื่อเสียงและได้รับการยกย่อง (Esteem Need) 5) ความต้องการความสำเร็จต่อตนเอง (Self-Actualization Need) ซึ่งระบุว่ามนุษย์มีความต้องการอยู่ตลอดเวลาไม่มีที่สิ้นสุด และการตอบสนองต่อความต้องการเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรม และแรงจูงใจจะหายไปเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะยังมีอิทธิพลอยู่ต่อไปอีกทั้งการตอบสนองความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะจากลำดับขั้นต่ำไปสู่ลำดับที่สูงกว่าตามความสำคัญ (McLeod, 2023)

ในบริบทของโลกเสมือน ความคาดหวังถูกนำมาใช้กระตุ้นแรงบันดาลใจในการแสวงหาความสุข การขยายขีดความสามารถในการดำเนินชีวิต และสร้างประสบการณ์ความตื่นเต้นที่เป็นเรื่องของจิตใจมากกว่าทางกายภาพ ที่ให้อำนาจในการแสดงตัวตนและอิสระในการกระทำ ตลอดจนการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ไร้ขีดจำกัด (Serpil, 2022) ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์เช่นกัน

โดยผู้ที่ลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์และคาดการณ์ในหลักเหตุผลของผลลัพธ์ที่เกิดจากการกระทำและแนวโน้มความเป็นได้ที่ต่อเนื่องกันตัดสินใจลงทุนหรือกระทำการบางอย่าง เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังที่เชื่อมโยงกับลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (hierarchy of needs) และพบว่าความคาดหวังเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน ซึ่งสิ่งที่ผู้ลงทุนคาดหวังให้เกิดขึ้นมากที่สุด 2 อันดับแรก ในการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนที่ปรากฏในแต่ละลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Plidroke & Intrachooto, 2024) ได้แก่ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ปัจจัยความคาดหวังในการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน
ที่มา: โดยผู้เขียน ดัดแปลงจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (McLeod, 2023)

1) ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Need) ปัจจัยที่ผู้ลงทุนคาดหวัง คือ ความสามารถในการนำไปขยายโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย (Opportunity) และการมีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่สร้างประสบการณ์ความคุ้มค่าในการใช้งานเพื่อนำมาสร้างข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (Experience) และพบว่ากายภาพบนโลกเสมือนยังถูกให้ความสำคัญในการขยายรูปแบบการดำเนินชีวิต การสร้างประสบการณ์ที่คุ้มค่า และการเปลี่ยนแปลงกายภาพทางดิจิทัลที่เห็นจริงตามที่ต้องการ (Seidel et al., 2022)

2) ความต้องการด้านความมั่นคง (Safety Need) ปัจจัยที่ผู้ลงทุนคาดหวัง คือ การเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (Income) และการเพิ่มขึ้นของมูลค่าทรัพย์สินและความต้องการของตลาด (Value) และยังถูกอธิบายว่า ระบบเศรษฐกิจเสมือนจริงและธุรกรรมดิจิทัล ได้สร้างแรงจูงใจต่ออิสระด้านการลงทุนที่อยู่เหนือการควบคุมของตัวกลาง และสร้างความคาดหวังทางการเงิน ความมั่นคง ที่สามารถพึ่งพาตนเองโดยไม่ยึดติดกับช่วงเวลาการทำงาน (Nakavachara & Saengchote, 2022)

3) ความต้องการด้านสังคม (Love And Belongingness Need) ปัจจัยที่ผู้ลงทุนคาดหวัง คือ การสร้างโอกาสในการพบเจอผู้คน que เพิ่มขึ้น (Connection) และการได้รับสิทธิการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมทางด้านโซเชียลมีเดียร่วมกันที่สามารถแสดงความคิดเห็นและแสดงออกถึงตัวตนได้อย่างอิสระ (Participations) และพบว่าบนโลกเสมือนยังรวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์แบบไร้ขีดจำกัด และเกิดกลุ่มสังคมเสมือนจริงที่เชื่อมต่อถึงกันอย่างไม่มีที่สิ้นสุดที่เข้าถึงได้ตลอดเวลา (Serpil, 2022)

4) ความต้องการด้านชื่อเสียงและการได้รับการยกย่อง (Esteem Need) ปัจจัยที่ผู้ลงทุนคาดหวัง คือ การได้รับสิทธิพิเศษและโอกาส ตลอดจนข้อเสนอพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น (Exclusivity) และการสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงให้กับตนเองได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (Reputation) และโลกเสมือนถูกระบุว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่บุคคลในยุคดิจิทัลใช้ในการเสริมสร้างชื่อเสียงและความภาคภูมิใจต่อตนเอง ตลอดจนการยกสถานะทางสังคม ในบทบาทที่เหมือนและแตกต่างออกไปจากโลกจริง (Sungvaribudh & Nasonghkla, 2023)

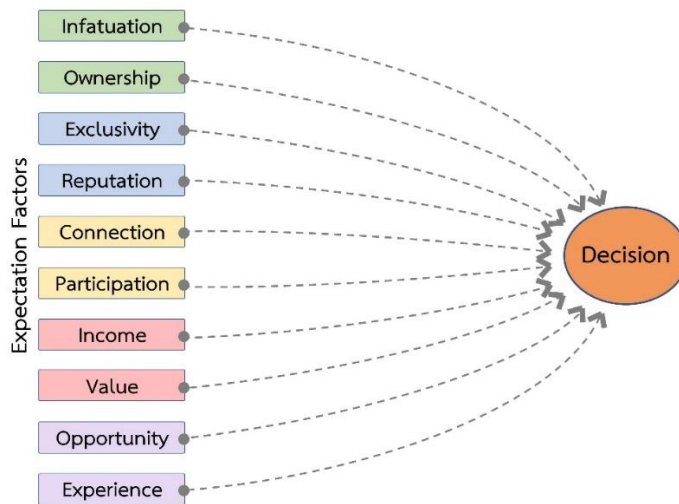
5) ความต้องการความสำเร็จต่อตนเอง (Self-Actualization Need) ปัจจัยที่ผู้ลงทุนคาดหวัง คือ การได้ครอบครองสิ่งใหม่ก่อนใครและตอบสนองความชื่นชอบภายในจิตใจ (Infatuation) และ การได้ครอบครองในสิ่งที่มีจำนวนจำกัดและสิ่งที่มีผู้อื่นมีความต้องการ (Ownership) ซึ่งเป็นการบรรลุความพึงพอใจต่อตนเอง และได้พิสูจน์ในสิ่งที่ตนเองคิดและหวังจากการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่จะแตกต่างออกไปในแต่ละบุคคล

ถึงแม้ว่า ปัจจัยที่ผู้ลงทุนความคาดหวังได้ถูกอธิบายและจำแนกเข้ากับความต้องการ ในแต่ละลำดับขั้นของมนุษย์ตามผลลัพธ์ที่ผู้ลงทุนคาดหวังแต่ปัจจัยดังกล่าวยังไม่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ (Decision) งานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการนำชุดข้อมูลดังกล่าว มาวิเคราะห์และเก็บข้อมูลในรูปแบบการวิจัยเชิงสถิติ เพื่อขยายผลการศึกษาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรในแง่มุมที่ชัดเจนมากขึ้น

4. วิธีการศึกษา

4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้เลือกใช้ปัจจัยความคาดหวังที่ผู้ลงทุนต้องการให้เกิดขึ้นมากที่สุด 2 อันดับแรก หลังจากตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนที่ปรากฏในแต่ละลำดับความต้องการของมนุษย์ จากงานวิจัยเรื่องความคาดหวังในการถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน (Plidroke & Intrachooto, 2024) มาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่ผู้ลงทุนคาดหวัง และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

4.2 การสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน 1) ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อคำถามที่ใช้ในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุถึงสถานะการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนของตนเอง เพื่อใช้ในการคัดแยกกลุ่มเป้าหมาย 3) ข้อคำถามที่สื่อถึงปัจจัยความคาดหวังต่าง ๆ ที่ผู้ลงทุนต้องการได้รับหรือต้องการให้เกิดขึ้นหลังจากลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ 4) คำถามเกี่ยวกับความมั่นใจในการตัดสินใจลงทุน โดยคำถามส่วนที่ 3 และ 4 จะใช้รูปแบบของมาตราวัด 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) ในการเก็บข้อมูล

4.3 การตรวจสอบ

แบบสอบถามผ่านการประเมินความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยคำถามแต่ละข้อมีค่าประเมิน IOC มากกว่า 0.5 และทำการทดสอบ (Pre-Test) จำนวน 20 ชุด โดยมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ 0.87 และใช้ข้อเสนอการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ที่ระบุว่าควรใช้กลุ่มตัวอย่าง 15 เท่าของจำนวนตัวแปรพยากรณ์ (Stevens, 2002) ซึ่งจำเป็นต้องใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 รายการขึ้นไป โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเก็บข้อมูลและนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 300 รายการ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ข้อกำหนด

4.4 การเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้กำหนดรูปแบบวิธีวิจัยให้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล (Questionnaire) ผ่านช่องทางออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2566 โดยได้รับการตอบกลับจำนวน 1,124 รายการ และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะเลือกแบบสอบถามที่ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าตนเองได้ลงทุนถือครองแล้วหรือวางแผนที่จะลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนภายใน 3 เดือน หลังจากทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเงื่อนไข รวมทั้งคัดกรองข้อมูลที่ขาดหายและค่าผิดปกติ จึงได้จำนวนข้อมูลที่น่ามาใช้วิเคราะห์ทางสถิติ 300 รายการ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามได้ใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรแต่ละตัว และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์และจัดลำดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน แล้วทำการสรุปผลการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบกราฟฟิก

5. ผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลสถานะการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 รายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ลงทุนถือครองแล้ว จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ส่วนที่เหลือจำนวน 84 คน วางแผนที่จะลงทุนถือครองภายใน 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 28

5.1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การศึกษาปัจจัยความคาดหวังที่ผู้ลงทุนต้องการได้รับหรือต้องการให้เกิดขึ้นหลังจากการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน (ตารางที่ 1) พบว่า ผู้ลงทุนมีความคาดหวังต่อการสร้างโอกาสในการพบเจอผู้คนใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น (Connection) มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมา คือ การได้รับโอกาสและสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น (Exclusivity) มีค่าเฉลี่ย 4.24 การเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (Income) มีค่าเฉลี่ย 4.23 การได้ครอบครองในสิ่งที่มีจำนวนจำกัดและผู้อื่นมีความต้องการ (Ownership) มีค่าเฉลี่ย 4.21 การมีกิจกรรมด้านโซเชียลมีเดียที่คึกคักที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถแสดงออกถึงตัวตนได้อย่างมีอิสระ (Participation) มีค่าเฉลี่ย 4.20 การมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่สร้างประสบการณ์ความดีมาต่อการใช้งาน ที่สามารถใช้เป็นจุดเด่นและข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (Experience) มีค่าเฉลี่ย 4.07 ความสามารถในการนำไปขยายโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย (Opportunity) มีค่าเฉลี่ย 4.06 การเพิ่มขึ้นของมูลค่าทรัพย์สินและความต้องการของตลาด (Value) มีค่าเฉลี่ย 4.02 การได้ครอบครองสิ่งใหม่ก่อนใครและตอบสนองความชื่นชอบภายในจิตใจ (Infatuation) มีค่าเฉลี่ย 3.94 และ การสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงให้กับตนเองได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (Reputation) มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยปัจจัยความคาดหวังของผู้ลงทุน

Factors	Mean	SD	Reliability
Opportunity	4.06	0.911	0.837
Experience	4.07	0.890	
Income	4.23	0.839	
Value	4.02	0.919	
Connection	4.31	0.874	
Participation	4.20	0.880	
Exclusivity	4.24	0.946	
Reputation	3.84	0.846	
Infatuation	3.94	0.901	
Ownership	4.21	0.975	

ตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

Model Summary	R = 0.803	R Square = 0.644		Durbin Watson = 2.138	
ปัจจัยด้านความคาดหวัง	การตัดสินใจของผู้ลงทุน				
	B	Std. Error	β	t	Sig.
ค่าคงที่	-1.068	0.239		-4.473	0.000
Opportunity	0.118	0.035	0.124	3.384	0.001
Experience	0.099	0.036	0.101	2.733	0.007
Income	0.201	0.050	0.194	3.992	0.000
Value	0.100	0.045	0.105	2.231	0.026
Connection	0.138	0.053	0.139	2.592	0.010
Participation	0.237	0.054	0.240	4.424	0.000
Exclusivity	0.092	0.043	0.100	2.118	0.035
Reputation	0.115	0.045	0.112	2.555	0.011
Infatuation	0.104	0.045	0.107	2.320	0.021
Ownership	0.084	0.041	0.095	2.038	0.042

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P \leq 0.05$

5.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากสมมติฐานงานวิจัย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความคาดหวังดังกล่าวข้างต้น (ตารางที่ 2) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีระดับความสัมพันธ์ (R) ของกลุ่มตัวแปรความคาดหวังที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ระดับ 0.803 และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient Of Determination) (R^2) ร่วมกันอธิบายการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนของผู้ลงทุนได้ ร้อยละ 64

โดยสามารถเขียนสมการเชิงเส้นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อใช้พยากรณ์แนวโน้มการตัดสินใจของผู้ลงทุนได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.124(X_1) + 0.101(X_2) + 0.194(X_3) + 0.105(X_4) + 0.139(X_5) + 0.240(X_6) + 0.100(X_7) + 0.112(X_8) + 0.107(X_9) + 0.095(X_{10})$$

แทนค่า

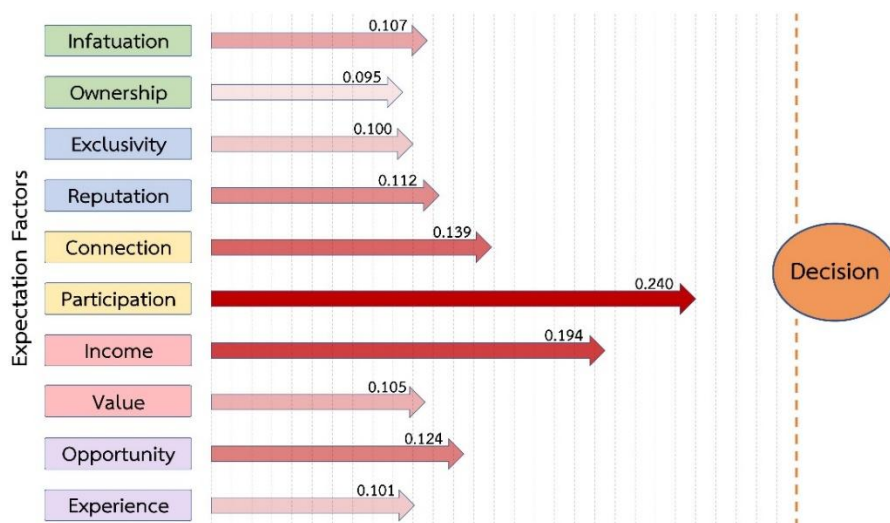
$\hat{Y}$ = การตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน

X_1 = Opportunity X_2 = Experience X_3 = Income X_4 = Value X_5 = Connection

X_6 = Participation X_7 = Exclusivity X_8 = Reputation X_9 = Infatuation

X_{10} = Ownership

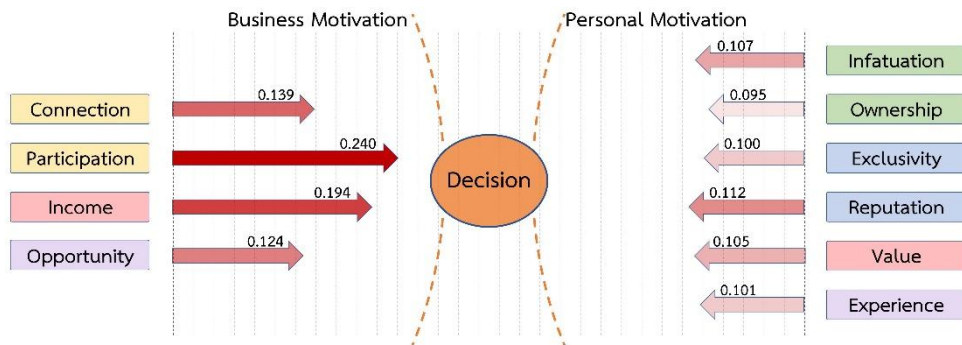
เมื่อพิจารณาจากปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน พบว่าการมีกิจกรรมด้านโซเชียลมีเดียที่ศึกษาคึกที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถแสดงออกถึงตัวตนได้อย่างมีอิสระ (Participation, $B = 0.240$) ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนมากที่สุด รองลงมา คือ การเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (Income, $B = 0.194$) ลำดับถัดมา คือ การสร้างโอกาสในการพบเจอผู้คนที่เพิ่มมากขึ้น (Connection, $B = 0.139$) การนำไปขยายโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย (Opportunity, $B = 0.124$) การสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงให้กับตนเองได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (Reputation, $B = 0.112$) การได้ครอบครองสิ่งใหม่ก่อนใครและตอบสนองความชื่นชอบภายในจิตใจ (Infatuation, $B = 0.107$) การเพิ่มขึ้นของมูลค่าทรัพย์สินและความต้องการของตลาด (Value, $B = 0.105$) การมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่สร้างประสบการณ์ความดีมีค่าต่อการใช้งาน ที่สามารถใช้เป็นจุดเด่นและข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (Experience, $B = 0.101$) การได้รับโอกาสและสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น (Exclusivity, $B = 0.100$) และการได้ครอบครองในสิ่งที่มีจำนวนจำกัดและผู้อื่นมีความต้องการ (Ownership, $B = 0.095$) ตามลำดับ โดยสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนตามกรอบแนวคิด ดังนี้ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

6. สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน พบว่าปัจจัยความคาดหวังด้านต่าง ๆ มีระดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน และผู้ลงทุนมีเป้าหมายใช้การถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองตามนิยามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs Theory) ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญ ในการขับเคลื่อนพฤติกรรมและการตัดสินใจ และพบว่าปัจจัยความคาดหวังดังกล่าว สามารถแบ่ง ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ แรงจูงใจที่มีต่อการลงทุนทางธุรกิจ (Business Motivation) และแรงจูงใจภายในจิตใจบุคคล (Personal Motivation) โดยจำแนกตามรูปแบบของแรงจูงใจและระดับอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจ โดยสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนในการลงทุนถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนได้ ดังนี้ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

ความคาดหวังที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนที่เป็นแรงจูงใจในทางธุรกิจ (Business Motivation) มีระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูงสุดที่ 4 อันดับแรก และมีลักษณะเชื่อมโยงกัน โดยเริ่มจากการมีกิจกรรมทางด้านสังคมออนไลน์ที่คึกคักและสามารถแสดงออกถึงตัวตนได้อย่างมีอิสระ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เข้าร่วม จะส่งผลต่อความคาดหวังในการขยายโอกาสการสร้างรายได้และผลตอบแทนจากการลงทุน ตลอดจนโอกาสในการพบเจอผู้คนและการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ไร้ขีดจำกัดที่ไม่ยึดติดกับระยะทาง สถานที่ และช่วงเวลา จะนำไปสู่ความคาดหวังในการพัฒนาและขยายโอกาสทางธุรกิจของผู้ลงทุน ซึ่งทั้งหมดเป็นความคาดหวังที่ส่งผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนซึ่งสอดคล้องกับภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในโลกจริงที่มุ่งกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกจากการได้เป็นเจ้าของทรัพย์สิน ทั้งในด้านความงาม ด้านสังคม และผลตอบแทน เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้เปรียบทางธุรกิจ (Fudge, 2016) และผู้ลงทุนยังมีความคาดหวังที่เป็นแรงจูงใจแวดล้อมที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการด้านจิตใจของตนเอง (Personal Motivation) เช่น การสร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง การได้ครอบครองในสิ่งที่มีจำนวนจำกัด การได้สิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น และความหลงใหลในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนในระดับที่รองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในยุคดิจิทัลที่ตอบรับการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างแรงกระตุ้นและแรงบันดาลใจในการแสวงหาความสุขการทำงาน การพบปะผู้คน การสร้างความมั่นคงที่ตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของตนเอง (Serpil, 2022) จากการศึกษาแสดงให้เห็นเป้าหมายที่ผู้ลงทุนความคาดหวังต้องการให้เกิดขึ้นจากการตัดสินใจ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการกระตุ้นการคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจของผู้ลงทุนในการถือครองอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน

จากปัจจัยที่ค้นพบ จะเห็นได้ว่าการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือน จำเป็นต้องมีพื้นฐานของกิจกรรมทางสังคมและความสามารถในการพบปะสนทนาและแสดงตัวตนในรูปแบบเสมือนจริงได้อย่างอิสระ ตลอดจนการแสดงช่องทางและโอกาสในการสร้างรายได้ เป็นหลักสำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่จำนวนผู้ลงทุนที่เพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดการขับเคลื่อนระบบนิเวศทางเศรษฐกิจของตนเอง อย่างไรก็ตามการศึกษเพิ่มเติมในวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และการเชื่อมโยงกรอบแนวคิดทฤษฎีในแง่มุมที่แตกต่างออกไปยังคงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนโลกเสมือนมีความยั่งยืนและแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

- Asara, C. (2022). *Real estate in the metaverse* [Master's thesis, Politecnico di Milano].
- Barrera, K. G., & Shah, D. (2023). Marketing in the metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155(113420). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113420>

- Daouk-Oyry, L. (2023). *Vroom's expectancy theory*. SAGE Publications.
- EY Center. (2023, March 2). *How boards can prepare for a future in the metaverse*. <https://www.ey.com/content/dam/ey-unified-site/ey-com/en-us/campaigns/board-matters/documents/ey-cbm-how-boards-can-prepare-for-a-future-in-the-metaverse.pdf>
- Fudge, S. (2016, July 13). *Maslow's hierarchy of needs and Toronto real estate for sellers*. Urbaneer. https://urbaneer.com/blog/maslow_hierarchy_of_needs_and_toronto_real_estate_for_selling#search/c_hanyathida2537@gmail.com/_blank
- 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. In *Proceedings of the 7th International Project and Construction Management Conference (IPCMC 2022)*, (pp. 565–573). https://www.researchgate.net/publication/364650652_Factors_Determining_the_Value_of_Property_Comparison_of_Real_World_and_Metaverse
- JP Morgan. (2022, March 8). *Opportunities in the metaverse*. <https://www.jpmorgan.com/content/dam/jpm/treasury-services/documents/opportunities-in-the-metaverse.pdf>
- Mcleod, S. (2023, July 26). *Maslow's hierarchy of needs theory*. Simply Psychology. <https://simplypsychology.org/maslow.html>
- Mittal, S. K. (2022). Behavior biases and investment decision: Theoretical and research framework. *Qualitative Research in Financial Markets*, 14(2), 213–228. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2017-0085>
- Nakavachara, V., & Saengchote, K. (2022). Is Metaverse LAND a good investment? It depends on your unit of account. *Puey Ungphakorn Institute for Economic Research*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2202.03081>
- Plidroke, K., & Intrachooto, S. (2024). Expectations of real estate investments in the virtual properties. *Journal of Architecture Design and Construction*, 6(1), 39-50. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Jadc/article/view/263699>
- Republic realm. (2022, January 17). *2021 Metaverse real estate report*. <https://everyrealm.com/projects#settle-in>
- Seidel, S., Berente, N., Yepes, G., & Nickerson, J. V. (2022). Designing the metaverse. In *Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://hdl.handle.net/10125/80151>
- Serpil, H. (2022). The metaverse or meta-awareness? *Journal of Metaverse*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.57019/jmv.1093347>
- Stevens, J. P. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (4th ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Sungvaribudh, S., & Nasongkhla, J. (2023). Metaverse technology that employs role-playing in self-reflection to promote self-esteem among adolescents. *Journal of Namibian Studies*, 34(2), 834-844. <https://namibian-studies.com/index.php/JNS/article/view/1747>
- Williamson, D. A. (2020, June 22). *Uptick in US adults' social media usage will likely normalize post-pandemic*. Insider Intelligence. <https://bit.ly/3q8neXW>