

โอกาสและข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล: กรณีศึกษา บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Opportunities and Limitation of Selling Real Estate with Cryptocurrencies: Case Study Real Estate Listed on The Stock Exchange of Thailand

รับบทความ	28/03/2022
แก้ไขบทความ	13/04/2022
ยอมรับบทความ	14/04/2022

สิริภูมิ มีสวัสดิ์

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Silapoom Meesawat

Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

Silapoommeesawat@gmail.com

บทคัดย่อ

ประเทศไทยมีการใช้สกุลเงินดิจิทัลบนเทคโนโลยีบล็อกเชน โดยมีอัตราผู้ลงทุนเติบโตสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2564 มียอดการลงทุนอยู่ที่ 2.6 แสนล้านบาท จากคุณสมบัติสามารถทำธุรกรรมโดยไม่มีธนาคารเป็นตัวกลาง ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงเปิดโอกาสให้ประชาชนซื้ออสังหาริมทรัพย์ผ่านการขายด้วยสกุลเงินดิจิทัล งานวิจัยนี้มุ่งศึกษา โอกาส และข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล สัมภาษณ์ (1) บริษัทอสังหาริมทรัพย์ บมจ. แอสสิริ บมจ. เจ้าพระยามหานคร บมจ. ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ และ บมจ. สิงห์ เอสเตท (2) ธนาคารแห่งประเทศไทย (3) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (4) ผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล (5) สมาคมอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย (6) ผู้บริโภค (ผู้ถือสกุลเงินดิจิทัล) จำนวน 50 คน โดยสัมภาษณ์ก่อน ก.ล.ต. ออกกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการซื้อขายด้วยสกุลเงินดิจิทัล

จากการศึกษาพบว่า 1) แนวคิดการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ เพิ่มช่องทางขาย ทำการตลาด สอดคล้องกับผู้บริโภค หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน 2) กระบวนการขายและลักษณะโครงการ บริษัทได้เปิดขายทุกกระบวนการขาย และทุกลักษณะโครงการ โดยรับสกุลเงินต่างสกุลได้ ซึ่งผู้บริโภคมีแนวคิดเลือกชำระด้วยสกุลเงินที่ต่างเช่นกัน แต่ยอดซื้อไม่มากนักมีนัยสำคัญ 3) การบริหารความเสี่ยงของราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวน บริษัทเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวนต่ำ เมื่อรับชำระแล้วเปลี่ยนเป็นสกุลเงินบาททันทีกับผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสภาพคล่องสูง มีบางบริษัทที่ถือสกุลเงินดิจิทัลเพื่อเก็งกำไร ส่วนหน่วยงานรัฐ บริษัทเอกชนไม่มีมาตรการป้องกันความเสี่ยงของราคาที่ผันผวนอันเกิดกับผู้ประกอบการ ส่วนผู้บริโภคมีการกำหนดราคาซื้อ และศึกษาข้อมูลในการซื้อก่อน 4) โอกาส และข้อจำกัดในการขาย เพิ่มสภาพคล่องทางการเงิน เกิดโครงการใหม่ให้ผลตอบแทนสูงสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ข้อจำกัดบริษัท และผู้บริโภคจะพิจารณาข้อกฎหมาย ความรู้ในการใช้งาน และค่าธรรมเนียมการโอนที่เกิด

การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า โอกาสในการขายของผู้ประกอบการจะช่วยสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลมากขึ้นในอนาคต ด้วยตัวเลือกโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบใหม่ที่ให้ผลตอบแทนสูงขึ้น และการขายยังสามารถสร้างสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ แต่ในด้านข้อจำกัดยังมีกฎหมายที่อยู่ในขั้นตอนพิจารณานำมาใช้งาน ทำให้ใช้ระยะเวลาในการยอมรับ หากมีการใช้งานในวงกว้างขึ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเข้าถึงสกุลเงินดิจิทัลกับคนทั่วโลกได้

คำสำคัญ: บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่อยู่อาศัย โอกาสและข้อจำกัด สกุลเงินดิจิทัล บล็อกเชน

Abstract

Digital currencies have been adopted on blockchain technology in Thailand. Also, they have been increasing in cryptocurrency investor rates which there is a high total investment of 260 billion baht in 2021. Due to their features that can transact without a bank as an intermediary, entrepreneurs give people opportunities to buy real estate with cryptocurrencies. This research aimed at studying opportunities and limitation of buying real estate with cryptocurrencies. The researcher gathered information by interviewing samples as follows: 1) four of real estate companies listed on the Stock Exchange of Thailand; Sansiri Public Company Limited, Chaopraya Mahanakorn Public Company Limited, Origin Property Public Company Limited, and Singha Estate Public Company Limited (2) Bank of Thailand (3) The Securities and Exchange Commission (4) Digital Asset Exchange (5) Real Estate Association of Thailand and (6) Consumers (cryptocurrency holders) 50 people. All samples above had been interviewed before the Securities and Exchange Commission released the rules of buying and selling goods with digital currencies.

The study found that 1) entrepreneurs who has the concepts of selling real estate with crypto currencies focus on reaching new groups of consumer, increase sales channels, and create marketing plans related to consumer demand, government and private companies. 2) For sales processes and project characteristics, companies sell their real estate in every sales process and every project characteristic with several currencies which is in line with some consumer demand. However, the purchase amounts are not enough to be significant. 3) To manage risks of volatile in cryptocurrency prices, companies adopt low digital currencies because they can be immediately changed to Thai baht with asset exchange companies that have high liquidity. There are few companies adopting digital currency for speculation. In the parts of government and private companies, they don't have any policies to prevent risks of volatile in cryptocurrency prices that occur with entrepreneurs. Consumers specify the purchase rates and carefully read information before buying any real estate. 4) Opportunities and limitation in selling real estate with digital currency are improving financial liquidity, and there are new projects with high return that go along with the behavior of new consumers. Conversely, there are some limitation that companies and consumers have to consider all related laws, learn about how to use, and transfer fees.

This research indicated the real estate developers may have an opportunity to convince consumers and increase their demand to buy real estate with digital currencies in the future because of new real estate options that offer a high return. Moreover, sell is still able to provide liquidity for entrepreneurs. In part of limitation, there are still few laws in considering process. This could take a long time to be generally accepted. If it is general, real estate business will be able to reach digital currencies with consumers around the world.

keywords: *Real estate development companies, Housing, Opportunities and limitations, Digital currency, Blockchain*

บทนำ

ปี พ.ศ. 2564 บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้เปิดขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลจำนวน 6 บริษัท ได้แก่ 1. บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) 2. บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) 3. บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) 4. บริษัท แอสเซทไวส์ จำกัด (มหาชน) 5. บริษัท เจ้าพระยามหานคร จำกัด (มหาชน) และ 6. บริษัท สิงห์เอสเตท จำกัด (มหาชน) (ข้อมูลภายในวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2564) การขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลนั้นช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมีรายรับได้หลากหลายช่องทาง รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาดสู่ผู้นำด้านเทคโนโลยี และในส่วนของนักลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล (ผู้ถือสกุลเงินดิจิทัล) มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกระแสการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลที่กำลังเติบโตอย่างมากในประเทศไทย ปัจจุบันกล่าวถึงส่งผลต่อการเปิดขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

อย่างไรก็ตามมีกฎหมายห้ามผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลให้บริการที่เป็นการสนับสนุนการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลชำระราคา ตั้งแต่ 1 เมษายน พ.ศ.2565 เป็นต้นไป (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2565) แต่ไม่ได้มีการห้ามกับบริษัทอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจอื่นโดยตรง ซึ่งในปัจจุบันบริษัทอสังหาริมทรัพย์มีการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลอยู่ก่อนแล้ว จึงเป็นที่มาของการศึกษานี้ ในเรื่องแนวคิดการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล แนวคิดกระบวนการขาย ลักษณะโครงการ แนวคิดการบริหารความเสี่ยงของราคาที่ดินผืน และโอกาส ข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลที่เกิดขึ้น ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีสนใจขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลได้เข้าใจถึงโอกาส และข้อจำกัดที่จะเกิดขึ้นสู่การเลือกขายด้วยสกุลเงินดิจิทัลในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดของผู้ประกอบการในการเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
2. เพื่อศึกษากระบวนการขาย และลักษณะโครงการอสังหาริมทรัพย์ ที่ขายด้วยใช้สกุลเงินดิจิทัล
3. เพื่อศึกษาการบริหารความเสี่ยงของราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวนจากการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล
4. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ โอกาส และข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. การขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล การทำธุรกรรมซื้อขายอสังหาริมทรัพย์สามารถแบ่ง การทำธุรกรรมได้ทั้งหมด 3 ประเภทด้วยกันคือ (1) การทำธุรกรรมด้วยสกุลเงินบาท (Fiat) หมายถึง การทำธุรกรรมด้วยสกุลเงินสากลตามรัฐกำหนดสกุลเงิน (2) การทำธุรกรรมด้วยสกุลเงินบาท (Fiat) ร่วมกับสกุลเงินดิจิทัล หมายถึง การทำธุรกรรมด้วยสกุลเงินสากลตามรัฐกำหนดสกุลเงิน และสกุลเงินดิจิทัลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งสองร่วมกัน (3) การทำธุรกรรมด้วยสกุลเงินดิจิทัลเพียงอย่างเดียว หมายถึง การทำธุรกรรมด้วยสกุลเงินดิจิทัลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว (Dilendorf, Khurdayan, & Zaslavsky, 2021)

2. สกุลเงินแต่ละประเภท ปีคริสต์ศตวรรษที่ 19 ใช้ทองคำเป็นตัวแทนการแลกเปลี่ยนสินค้าเรียกว่า ระบบมาตรฐานทองคำ (Gold Standard) จนสงครามโลกครั้งที่หนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงของสกุลเงินโลกมีสกุลเงินปอนด์สเตอร์ลิง (Pound Sterling) เป็นสกุลเงินหลัก และหลังเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง ได้เกิดสนธิสัญญาเบรตตันวูดส์ (Bretton wood) สนธิสัญญาดังกล่าวทำให้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นสกุลเงินหลักของโลก และเป็นสกุลเงินสำรองของประเทศต่าง ๆ โดยเงินสกุลอื่นจะอิงมูลค่าสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐจนกระทั่งเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เข้ามา เป็นเทคโนโลยีกระจายศูนย์ จึงเกิดสกุลเงิน

ดิจิทัลแรกขึ้นมา บิทคอยน์ (Bitcoin/BTC) โดยไม่จำเป็นต้องมีตัวกลาง เช่น ธนาคาร หรือมูลค่าที่ไม่ได้อิงกับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ และค่าเงินเฟ้อ หลังจากนั้นก็มีสกุลเงินดิจิทัลอื่นตามมา (ชัยวัฒน์ โควาวิสารัช, 2562)

3. การบริหารความเสี่ยงจากการขายอสังหาริมทรัพย์ คือการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า และใช้สกุลเงินดิจิทัลที่มีความผันผวนต่ำมีมูลค่าการซื้อขายสูงมีความมั่นคงในอนาคต หรือมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต จนมูลค่าดังกล่าวมีความผันผวนน้อยลงตามระยะเวลา กับความนิยมที่มากยิ่งขึ้น (Buck, 2017) ในการทำธุรกรรมของสกุลเงินดิจิทัลสามารถกล่าวถึงประโยชน์และข้อพึงระวังการนำมาใช้ เช่น การสร้างสภาพคล่องทางการเงิน และความผันผวนของราคาที่จะเกิดขึ้น (ตาราง 1)

ตาราง 1 ประโยชน์ และข้อพึงระวังในการใช้งานสกุลเงินดิจิทัล

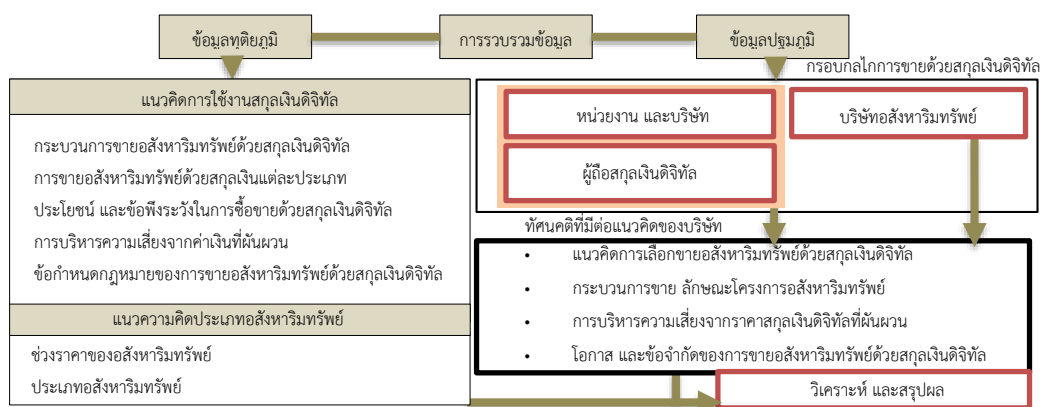
ประโยชน์ในการใช้งาน	ข้อพึงระวัง
การรวมสัญญาอสังหาริมทรัพย์กับเอกสารทางกฎหมายที่มีอยู่	ความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมในระบบการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์
ลดผลกระทบทางภาษี	ความแตกต่างของแต่ละสกุลเงินมีมูลค่า ไม่แน่นอน
สร้างสิ่งจูงใจใหม่ต่อผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ	ผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่ไม่ได้รับรองจากหน่วยงานที่กำกับดูแลอาจเกิดการฉ้อโกงได้
มีสภาพคล่องที่เพิ่มขึ้น	
ตลาดที่เปิดกว้างมากขึ้น และการซื้อขายเร็วขึ้นตลอดเวลา	เจ้าของผู้ออกโทเคนดิจิทัล อาจจะเปลี่ยนแปลงนโยบาย
สามารถตรวจสอบข้อมูลข้อตกลงได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน (24/7)	
สามารถทำได้ในระดับโลกโดยไม่จำเป็นต้องมีคนกลาง	ความผันผวนของราคาสกุลเงินที่ไม่แน่นอนตามตลาด
มีความปลอดภัยสูง มีค่าธรรมเนียมที่ต่ำ	การใช้พลังงานจำนวนมากในการสร้างสกุลเงินดิจิทัล

ที่มา: การเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีของผู้วิจัย จาก (Don et al., 2019), (Levin, 2018)

จากการค้นคว้าข้อมูลการขายอสังหาริมทรัพย์ของผู้ประกอบการพบว่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เริ่มขายอสังหาริมทรัพย์สกุลเงินดิจิทัลภายในต้น ปี พ.ศ. 2564 ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจ นำมาสู่คำถามโอกาส และข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

ระเบียบวิธีวิจัย

1. **กรอบแนวคิดงานวิจัย**นี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา แนวคิดการขาย กระบวนการขาย ลักษณะโครงการ การบริหารความเสี่ยงของราคาที่ดินผืนผวน รวมถึงโอกาส และข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล โดยมีการศึกษา ดังนี้



ภาพ 1 ผังดำเนินงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

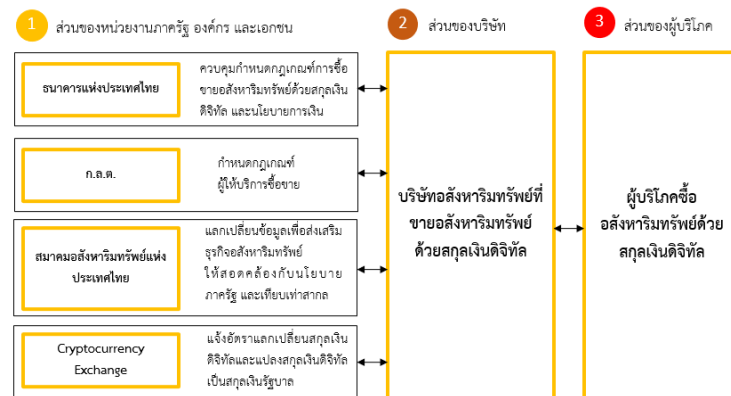
ทั้งนี้ ขอบเขตด้านเวลาผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลการศึกษาถึงช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนการประกาศกฎเกณฑ์ห้ามผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลให้บริการที่เป็นการสนับสนุนการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลชำระราคาบังคับใช้ 1 เมษายน พ.ศ. 2565

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนที่เกี่ยวข้องดังนี้ (ภาพ 2)

1) **หน่วยงานภาครัฐ และบริษัทเอกชน** หน่วยงานรัฐที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการออกกฎหมาย และข้อกำหนดคือ ธนาคารแห่งประเทศไทย กับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล (บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด)

2) **บริษัทอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์** ที่มีการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล และมีการออกเสนอรายงานประจำปี 56-1 ผู้สำรวจแล้วมีจำนวน 4 บริษัท บมจ. แชนสิริ บมจ. เจ้าพระยามหานคร บมจ. ออริจิ้น และ บมจ. สิงห์เอสเตท (ข้อมูลภายในวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2564)

3) **ผู้บริโภค (ผู้ถือสกุลเงินดิจิทัล)** ด้วยการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive sampling) อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ถือสกุลเงินดิจิทัล 1 ปีขึ้นไป จำนวนผู้ให้ข้อมูล 50 คน



ภาพ 2 ผู้ที่เกี่ยวข้องในกลไกขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

ที่มา: ผู้วิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลทุติยภูมิ** ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ บทความ งานวิจัย และเว็บไซต์ เกี่ยวกับการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล แนวความคิดในการขาย กระบวนการขาย ลักษณะโครงการ การบริหารความเสี่ยงของราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวน โอกาส ข้อจำกัดในการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล เก็บข้อมูลถึงช่วงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2564

2) **ข้อมูลปฐมภูมิ** (1) สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงด้านนโยบาย และผู้บริหารด้านการเงิน ในเรื่องการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล โดยผู้วิจัยจะเลือกสอบถามด้านวิสัยทัศน์แนวคิดเป็นหลัก (2) สัมภาษณ์หน่วยงาน และบริษัทเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริม หรือตั้งกฎเกณฑ์ในการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล โดยสัมภาษณ์ สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย ก.ล.ต. และบริษัท Cryptocurrency Exchange (3) เก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้ถือสกุลเงินดิจิทัล 50 คน ด้วยวิธีการแบบเจาะจง (purposive sampling) นอกเหนือจากบริษัทอสังหาริมทรัพย์แล้วจะเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และข้อมูลสนับสนุนที่มีต่อการเลือกขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล เก็บข้อมูลถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2564 และผู้วิจัยได้มีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานขายของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล บริษัทอสังหาริมทรัพย์ทั้ง 4 บริษัท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานฝ่ายขาย และเว็บไซต์ นำมาวิเคราะห์การขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล
- 2) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทอสังหาริมทรัพย์ นำมาถอดบทสรุปคำสำคัญ และทำตารางเปรียบเทียบ และหาข้อสรุปเกี่ยวกับแนวความคิดในการขาย กระบวนการขาย ลักษณะโครงการ การบริหารความเสี่ยงของราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวน โอกาส ข้อจำกัดในการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล
- 3) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของหน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน นำมาถอดบทสรุปคำสำคัญ และทำตารางเปรียบเทียบ ในด้านทัศนคติ ต่อวัตถุประสงค์ในงานวิจัย และหาข้อสรุปผล
- 4) ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามผู้บริโภค (ผู้ถือสกุลเงินดิจิทัล) จำนวน 50 คน นำมาวิเคราะห์หาทัศนคติที่ส่งผลต่อแนวคิดการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการ และจัดทำตารางเปรียบเทียบคำสำคัญนำมาสรุปผล

ผลการศึกษา

ผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ 4 ประเด็นหลักดังนี้

1. แนวคิดการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักดังนี้ (ตาราง 2)

- 1) **เป็นการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่** ในการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล มีความสอดคล้องกับอายุของกลุ่มผู้บริโภคอายุ 20-30 ปี ที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 80 ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ถือสกุลเงินดิจิทัลรุ่นใหม่
- 2) **เพิ่มช่องทางในการชำระเงินของผู้ประกอบการ** แนวคิดนี้ของผู้ประกอบการเห็นตรงกันกับทัศนคติของผู้บริโภค ในแง่การเข้าถึงการซื้อขายด้วยสกุลเงินดิจิทัลที่เป็นวิธีการใหม่ของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ เป็นการสร้างความสะดวกสบายมากขึ้น
- 3) **สร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด** สกุลเงินดิจิทัลเป็นสกุลเงินบนเทคโนโลยีบล็อกเชน การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่นี้มาใช้ ทำให้บริษัทสร้างภาพลักษณ์เปรียบเสมือนเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี กับจับกลุ่มผู้บริโภคใหม่ เช่น การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ การจัดงานมหกรรมบ้านและคอนโด (ภาพ 3, 4)



ภาพ 3 การประกาศรับชำระโครงการด้วยสกุลเงินดิจิทัลบนสื่อออนไลน์

ที่มา: ผู้วิจัยรวบรวมจากสื่อออนไลน์ บมจ. ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้, บมจ. เจ้าพระยามหานคร สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2564



ภาพ 4 การขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลในงานมหกรรมบ้านและคอนโด

ที่มา: สื่อออนไลน์ คมชัดลึก สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565

อย่างไรก็ตามยังมีแนวคิดเรื่องกฎหมาย และการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐที่ยังไม่เปิดกว้างในเรื่องการใช้งาน สกุลเงินดิจิทัลกับการนำมาซื้อขาย โดยห้ามผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลไทยส่งเสริมการขายด้วยสกุลเงินดิจิทัล (บังคับใช้ 1 เมษายน พ.ศ. 2565) แต่ทั้งนี้ การขายดังกล่าวยังเป็นการสร้างทางเลือกการลงทุนของผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถนำเงินที่ได้จากการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลมาพัก หรือลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ได้โดยตรง ซึ่งเป็นช่องทางเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของ

ผู้ประกอบการด้วย และเป็นการสร้างรายได้จากสกุลเงินดิจิทัล ที่บริษัทสามารถเลือกเก็บสกุลเงินดิจิทัลไว้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อรอจังหวะที่มูลค่าของตัวสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นหลังจากการรับชำระจากผู้บริโภคมาแล้ว

ตาราง 2 สรุปแนวคิดการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

หัวข้อ	คำสำคัญ	บริษัทอสังหาริมทรัพย์				หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน				ผู้บริโภค	รวม	คิดเป็นร้อยละ
		SIRI	ORI	CMC	S	ธปท.	ก.ล.ด.	สมาคมอสังหาริมทรัพย์	บริษัท บิทคับ			
บริษัทเอกชนและบุคคล	สร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด	๐	๐			✓		✓		#	5	20.8
	เพิ่มช่องทางในการชำระเงิน	✓	*	*	*					#	5	20.8
	การสร้างรายได้จากสกุลเงินดิจิทัล			✓	๐						1	4.2
	เป็นการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่		✓	๐	✓		✓	✓		#	6	25.0
	กฎหมาย และการสนับสนุน					✓	✓			#	3	12.5
	สร้างทางเลือกการลงทุนของผู้บริโภค						✓		✓		2	8.3
	เพิ่มมูลค่าทางการตลาด								✓	#	2	8.3
รวม											24	100
หมายเหตุ ✓ = กล่าวถึงจากบทสัมภาษณ์ # = กล่าวถึงในแบบสัมภาษณ์ ๐ = ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ * = ติดต่อสอบถามพนักงานขายของบริษัทนั้น SIRI = บริษัท แสนสิริ CMC = บริษัท เจ้าพระยามหานคร ORI = บริษัท ออริจิน S = บริษัท สิงห์เอสเตท ธปท. = ธนาคารแห่งประเทศไทย ก.ล.ด. = สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมอสังหาริมทรัพย์ = สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย บริษัท บิทคับ = บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด												

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

2. กระบวนการขาย และลักษณะโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่นำมาขายด้วยสกุลเงินดิจิทัล ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลักดังนี้ (ตาราง 3)

1) ผู้ซื้อสามารถชำระสกุลเงินดิจิทัลได้ทุกขั้นตอนของการขาย และลักษณะโครงการ พบว่าบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อสามารถชำระเงินด้วยสกุลเงินดิจิทัลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ชำระค่าเงินวางเงินจอง ชำระเงินค่าทำสัญญาจะซื้อจะขาย ผ่อนชำระค่าวงเงินดาวน์ และชำระเงินส่วนที่เหลือในวันโอนกรรมสิทธิ์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังทำการขาย และรับชำระทุกประเภทโครงการ และทุกระดับราคา ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

2) ผู้ซื้อสามารถชำระด้วยสกุลเงินที่ต่างกัน ได้ ผู้ประกอบการมีเปิดการรับชำระ ด้วยสกุลเงินดิจิทัลร่วมกับสกุลเงินบาท (Fiat) หรือจะชำระด้วยสกุลเงินดิจิทัลเพียงอย่างเดียวได้เช่นกัน โดยสุดท้ายแล้วสกุลเงินดิจิทัลจะถูกแปลงมูลค่าเป็นสกุลเงินบาทในทันทีที่รับชำระ ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกชำระได้หลายสกุลเงินร่วมกัน

อย่างไรก็ตามมีบางบริษัทเท่านั้นที่มีแนวคิดคัดเลือกประเภทลักษณะของโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ คอนโดมิเนียม ระดับราคาไม่เกิน 2 ล้านบาท เหมาะสมกับการลงทุนปล่อยเช่า

ตาราง 3 สรุปกระบวนการขาย และลักษณะโครงการที่ขายด้วยสกุลเงินดิจิทัลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

หัวข้อ	คำสำคัญ	บริษัทอสังหาริมทรัพย์				หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน				ผู้บริโภค	รวม	คิดเป็นร้อยละ
		SIRI	ORI	CMC	S	ธปท.	ก.ล.ด.	สมาคมอสังหาริมทรัพย์	บริษัท บิทคับ			
สถาบันส่งเสริม สถาบันพัฒนา สถาบันวิชาการ	ชำระสกุลเงินดิจิทัลได้ทุกกระบวนการ ขาย และลักษณะโครงการ ①	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	นักขาย สถาบัน วิชาการ	7	53.8
	มีการคัดเลือกประเภทของโครงการ ③			✓							1	7.7
	สามารถชำระด้วยสกุลเงินต่างกัน ②	✓	*	*	*		✓				5	38.5
	รวม											13
หมายเหตุ ✓ = กล่าวถึงจากบทสัมภาษณ์ * = ติดต่อสอบถามพนักงานขายของบริษัทนั้น SIRI = บริษัท แสนสิริ CMC = บริษัท เจ้าพระยามหานคร ORI = บริษัท ออริจิน S = บริษัท สิงห์เอสเตท ธปท. = ธนาคารแห่งประเทศไทย ก.ล.ด. = สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมอสังหาริมทรัพย์ = สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย บริษัท บิทคับ = บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด												

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคยังมีความต้องการการเลือกซื้อสินทรัพย์เพื่อการลงทุน อยู่อาศัย และซื้อไว้เพื่อพักผ่อน แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบางรายพบว่า จำนวนการซื้อด้วยสกุลเงินดิจิทัลไม่ได้มาก และการเปิดรับชำระด้วยสกุลเงินดิจิทัลของบริษัทก็ไม่ใช่อุปสรรคหลักในการเลือกซื้อของผู้บริโภค แต่ยังคงเลือกเพราะทำเลที่ตั้ง ราคาสินค้า ประเภทสินทรัพย์ แบรินด์ เป็นที่สำคัญกว่าตามลำดับ (ตาราง 4)

ตาราง 4 สรุปความต้องการในการเลือกซื้อสินทรัพย์ของผู้บริโภค

อายุ		ความต้องการในการเลือกซื้อ				
		ซื้อเพื่อการลงทุน	ซื้อเพื่ออยู่อาศัย	ซื้อเพื่อพักผ่อน	ทัศนคติอื่น	รวม
20-25	ครึ่งการกล่าวถึง	5.00	11.00	1.00	10.00	27.00
	ร้อยละ	18.52	40.74	3.70	37.04	54.00
26-30	ครึ่งการกล่าวถึง	2.00	3.00	1.00	5.00	11.00
	ร้อยละ	18.18	27.27	9.09	45.45	22.00
31-35	ครึ่งการกล่าวถึง	1.00	1.00	0.00	3.00	5.00
	ร้อยละ	20.00	20.00	0.00	60.00	10.00
36-40	ครึ่งการกล่าวถึง	0.00	2.00	0.00	2.00	4.00
	ร้อยละ	0.00	50.00	0.00	50.00	8.00
40 ขึ้นไป	ครึ่งการกล่าวถึง	0.00	1.00	0.00	2.00	3.00
	ร้อยละ	0.00	33.33	0.00	66.67	6.00
รวมทั้งหมด	ครึ่งการกล่าวถึง	8.00	18.00	2.00	22.00	50.00
	ร้อยละ	16.00	36.00	4.00	44.00	100.00

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

3. การบริหารความเสี่ยงจากราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวน ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลักดังนี้ (ตาราง 5)

1) **ให้ใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ได้รับความนิยม** จะช่วยให้เกิดสภาพคล่องในการแลกเปลี่ยนสูง มีระยะเวลาในการแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่รวดเร็วกว่าสกุลเงินดิจิทัลที่ไม่ได้รับความนิยม สกุลเงินที่ได้รับความนิยมคือ บิตคอยน์ (BTC) อีเธอเรียม (ETH) และสกุลเงินที่ผูกกับค่าเงิน (Fiat) เทเทอร์ (Tether/USDT)

2) **ใช้สกุลเงินดิจิทัลแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินบาททันทีที่รับชำระ** การแลกเปลี่ยนสกุลเงินทันทีจะช่วยลดความเสี่ยงของราคาที่ผันผวน แต่ความเสี่ยงจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการแลกเปลี่ยน ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินบาทตามมูลค่าขายสินทรัพย์ได้ตลอดเวลา

3) **ใช้บริการผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นที่ยอมรับ** ผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลจะต้องได้รับการอนุมัติจาก ก.ล.ด. ในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการที่ใช้บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลดังกล่าว จะลดความเสี่ยงจากการฉ้อโกงโดยผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสภาพคล่องสูง จะทำให้มีระยะเวลาแลกเปลี่ยนที่รวดเร็ว เกิดความผันผวนของราคาต่ำ

4) **มีการยอมรับความเสี่ยงด้วยตัวเอง** เป็นทัศนคติส่วนใหญ่ของทางหน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชนที่กล่าวถึง เนื่องจากยังไม่มีกรอบกฎหมายควบคุม หรือดูแล การซื้อขายดังกล่าวเกิดขึ้นเองระหว่างผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ดังนั้นความเสี่ยงของราคาที่ผันผวนจะต้องมีการยอมรับความเสี่ยงเอง

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการเลือกถือสกุลเงินดิจิทัลที่มีความผันผวนต่ำ เพื่อเป็นการเก็งกำไร ตามช่วงระยะเวลาอย่างเช่น สกุลเงิน เทเทอร์ (Tether/USDT) ที่มีการผูกมูลค่ากับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ

ตาราง 5 สรุปการบริหารความเสี่ยงจากราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวนจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

หัวข้อ	คำสำคัญ	บริษัทสินทรัพย์				หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน				ผู้บริโภค	รวม	คิดเป็นร้อยละ
		SIRI	ORI	CMC	S	สปท.	ก.ล.ด.	สมาคมสินทรัพย์	บริษัท บิตคับ			
การบริหารความเสี่ยง	แลกเปลี่ยนสกุลเงินโดยทันที ①	✓	✓		✓		✓			ส่วนใหญ่ไม่ยอมรับ	4	26.7
	ใช้สกุลเงินดิจิทัลเป็นที่ยอมรับ ②	✓	✓	✓	✓						4	26.7
	ใช้บริการผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นที่ยอมรับ ③				✓		✓		✓		3	20.0

หัวข้อ	คำสำคัญ	บริษัทอสังหาริมทรัพย์				หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน				ผู้บริโภค	รวม	คิดเป็นร้อยละ
		SIRI	ORI	CMC	S	ชปท.	ก.ล.ด.	สมาคมอสังหาริมทรัพย์	บริษัท บิทดับ			
	ถือสกุลเงินดิจิทัลที่มีความผันผวนต่ำ			✓							1	6.7
	มีการยอมรับความเสี่ยงด้วยตัวเอง	4				✓		✓	✓		3	20.0
รวม											15	100
หมายเหตุ ✓ = กล่าวถึงจากบทสัมภาษณ์ SIRI = บริษัท แสนสิริ CMC = บริษัท เจ้าพระยามหานคร ORI = บริษัท ออริจิน S = บริษัท สิงห์เอสเตท ชปท. = ธนาคารแห่งประเทศไทย ก.ล.ด. = สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมอสังหาริมทรัพย์ = สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย บริษัท บิทดับ = บริษัท บิทดับ ออนไลน์ จำกัด												

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

นอกจากนี้พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 20 ที่จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลจะเลือกกำหนดราคาซื้อไม่เกินที่ต้องการร้อยละ 18 ศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อเป็นลำดับต้น และร้อยละ 12 จะใช้สกุลเงินที่มีความผันผวนต่ำร่วมกับการใช้สกุลเงินอื่นในการซื้อ สอดคล้องกับการให้บริการผู้ประกอบการที่รับชำระสกุลเงินดิจิทัลที่มีความผันผวนต่ำ และรับสกุลเงินต่างประเภทร่วมกันได้ (ตาราง 6)

ตาราง 6 สรุปทัศนคติการบริหารความเสี่ยงจากราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวนของผู้บริโภค

อายุ		ทัศนคติการบริหารความเสี่ยงจากราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวน					
		กำหนดราคาซื้อขายล่วงหน้า	ศึกษาก่อนตัดสินใจซื้อ หรือลงทุน	ใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ราคาผันผวนต่ำ	แบ่งจ่ายด้วยสกุลเงินต่างประเภทกัน	ทัศนคติอื่น	รวม
20-25	ครั้งการกล่าวถึง	7.00	5.00	2.00	4.00	10.00	28.00
	ร้อยละ	25.00	17.86	7.14	14.29	35.71	56.00
26-30	ครั้งการกล่าวถึง	3.00	1.00	2.00	1.00	5.00	12.00
	ร้อยละ	25.00	8.33	16.67	8.33	41.67	24.00
31-35	ครั้งการกล่าวถึง	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	3.00
	ร้อยละ	0.00	33.33	33.33	0.00	33.33	6.00
36-40	ครั้งการกล่าวถึง	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00
	ร้อยละ	0.00	25.00	25.00	25.00	25.00	8.00
40 ขึ้นไป	ครั้งการกล่าวถึง	0.00	1.00	0.00	0.00	2.00	3.00
	ร้อยละ	0.00	33.33	0.00	0.00	66.67	6.00
รวมทั้งหมด	ครั้งการกล่าวถึง	10.00	9.00	6.00	6.00	19.00	50.00
	ร้อยละ	20.00	18.00	12.00	12.00	38.00	100.00

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

4. โอกาส และข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล แบ่งออกเป็นสองส่วนหลักคือ ส่วนของโอกาส และส่วนของข้อจำกัดที่เกิดขึ้นดังนี้

- 4.1. โอกาสของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักดังนี้ (ตาราง 7)
- 1) สร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล ผู้ประกอบการใช้ช่องทางการชำระเงินด้วยสกุลเงินดิจิทัลโดยตรง ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงการซื้อได้ง่ายขึ้น สร้างแรงจูงใจกับผู้บริโภคใหม่หันมาซื้ออสังหาริมทรัพย์ได้โดยตรงโดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินบาทก่อน และไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการแลกเปลี่ยนไปมาระหว่างสกุลเงิน
- 2) สร้างสภาพคล่องทางการเงินและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินของสกุลเงินดิจิทัลได้ที่มีมูลค่าทางการตลาดอยู่ที่ 2.6 แสนล้านบาทในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2564
- 3) ก่อให้เกิดโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบใหม่ ด้วยการพัฒนาโครงการที่ต่างไปจากเดิมให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าโครงการปกติทั่วไป สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ถือสกุลเงินดิจิทัลที่มักจะลงทุนกับสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง
- อย่างไรก็ตามยังมีแนวคิดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด ขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตกับผู้ที่เข้ามาลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลที่มากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการสร้างประโยชน์จากสกุลเงินดิจิทัล ด้วยการกำหนดสิทธิประโยชน์กับผู้บริโภคที่ซื้อ ในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกได้

ตาราง 7 สรุปโอกาสของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

หัวข้อ	คำสำคัญ	บริษัทอสังหาริมทรัพย์				หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน				ผู้บริโภค	รวม	คิดเป็น ร้อยละ
		SIRI	ORI	CMC	S	ธปท.	ก.ล.ต.	สมาคมอสังหาริมทรัพย์	บริษัท บิทคับ			
โอกาสในการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล	ก่อเกิดโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบใหม่ ③			✓	✓					ข้อเสนอแนะในการสนับสนุน	2	16.7
	สร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด					✓					1	8.3
	ขยายฐานผู้บริโภคเพิ่มเติม						✓				1	8.3
	เพิ่มโอกาสในการสร้างประโยชน์จากสกุลเงินดิจิทัล						✓				1	8.3
	สร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล ①	✓		✓				✓	✓		4	33.3
	สร้างสภาพคล่องทางการเงิน และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ②		✓		✓				✓		3	25.0
รวม											12	100
หมายเหตุ ✓ = กล่าวถึงจากบทสัมภาษณ์ SIRI = บริษัท แสนสิริ CMC = บริษัท เจ้าพระยามหานคร ORI = บริษัท อริจิน S = บริษัท สิงห์เอสเตท ธปท. = ธนาคารแห่งประเทศไทย ก.ล.ต. = สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมอสังหาริมทรัพย์ = สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย บริษัท บิทคับ = บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด												

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

นอกจากนี้พบว่า การเพิ่มช่องทางในการชำระเงินของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ผู้บริโภคร้อยละ 30 มีทัศนคติว่า การเพิ่มช่องทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มช่องทางในการขาย ร้อยละ 10 เข้าถึงผู้บริโภคใหม่ที่จะสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลได้สะดวกขึ้น และผู้บริโภคร้อยละ 8 หวังว่าการซื้อด้วยสกุลเงินดิจิทัลจะสามารถลดต้นทุนในการซื้อได้ถูกลงจากค่าธรรมเนียมหรือโปรโมชั่นที่จะเกิดขึ้น เมื่อเทียบกับการซื้อด้วยสกุลเงินบาท (ตาราง 8)

ตาราง 8 ทัศนคติผู้บริโภคต่อโอกาสของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

อายุ		ทัศนคติต่อโอกาสของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล				
		เพิ่มช่องทางในการจ่าย	เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่	ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง	ทัศนคติอื่น	รวม
20-25	ครั้งการกล่าวถึง	7.00	3.00	3.00	15.00	28.00
	ร้อยละ	25.00	10.71	10.71	53.57	56.00
26-30	ครั้งการกล่าวถึง	6.00	2.00	1.00	3.00	12.00
	ร้อยละ	50.00	16.67	8.33	25.00	24.00
31-35	ครั้งการกล่าวถึง	0.00	0.00	0.00	3.00	3.00
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00	100.00	6.00
36-40	ครั้งการกล่าวถึง	1.00	0.00	0.00	3.00	4.00
	ร้อยละ	25.00	0.00	0.00	75.00	8.00
40 ขึ้นไป	ครั้งการกล่าวถึง	1.00	0.00	0.00	2.00	3.00
	ร้อยละ	33.33	0.00	0.00	66.67	6.00
รวมทั้งหมด	ครั้งการกล่าวถึง	15.00	5.00	4.00	26.00	50.00
	ร้อยละ	30.00	10.00	8.00	52.00	100.00

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

4.2. ข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักดังนี้ (ตาราง 9)

1) กฎหมาย หรือข้อกำหนดไม่พร้อมสนับสนุน การขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของกฎหมายที่ยังไม่เปิดรับมากนัก ด้วยที่ว่าทางธนาคารแห่งประเทศไทยและผู้ดูแลระบบทางการเงิน เสถียรภาพของสกุลเงินบาทได้ออกสกุลเงินบาทดิจิทัล (CBDC) ขึ้นมา และหวังให้ประชาชนทั่วไป และบริษัทต่าง ๆ ได้ใช้สกุลเงินบาทดิจิทัล อีกทั้งสกุลเงินดิจิทัลยังเป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศในการฟอกเงิน ทำธุรกรรมที่ผิดกฎหมาย จึงไม่ยอมรับในสกุลเงินดิจิทัล ในทางสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์นั้น ได้ห้ามผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลให้บริการที่เป็นการสนับสนุนการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลชำระราคา แต่ไม่ได้ห้ามบริษัทอสังหาริมทรัพย์ทำการซื้อขายโดยตรง

2) **ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัล** ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สกุลเงินดิจิทัลที่น้อยอยู่ บวกกับสกุลเงินดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีแบบบล็อกเชนใหม่ที่เริ่มนิยมในประเทศไทยเมื่อต้นปี พ.ศ. 2564 ความนิยมเมื่อเทียบกับสัดส่วนประชากรอยู่ที่ร้อยละ 20.1 และส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 20-30 ปี เท่านั้น

3) **มีค่าธรรมเนียมในการโอนสกุลเงินดิจิทัล** เป็นข้อจำกัดที่ทางผู้ประกอบการจะต้องกำหนดสกุลเงินดิจิทัลที่ชำระ เนื่องจากผู้บริโภคจำเป็นต้องเลือกผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีค่าธรรมเนียมแลกเปลี่ยนน้อย เพื่อนำเงินบาทเข้าไปลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล และต้องเสียค่าธรรมเนียมในการโอนสกุลเงินไปยังกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนนี้จะเป็นต้นทุนของผู้บริโภค ซึ่งค่าธรรมเนียมจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

อย่างไรก็ตามยังมีแนวคิดเรื่องความผันผวนของราคาสกุลเงินดิจิทัล เกิดจากการซื้อขายเก็งกำไรของผู้ลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ความผันผวนนี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้บริโภคทั้งใหม่และเก่าที่จะถือสกุลเงินดิจิทัล หากช่วงเวลาที่เราสกุลเงินดิจิทัลเริ่มปรับตัวลงผู้บริโภคจะหาสินทรัพย์ทางเลือกในการลงทุนอีกช่องทาง

ตาราง 9 สรุปข้อจำกัดของการขายสินทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

หัวข้อ	คำสำคัญ	บริษัทอสังหาริมทรัพย์				หน่วยงานรัฐ และบริษัทเอกชน				ผู้บริโภค	รวม	คิดเป็นร้อยละ
		SIRI	ORI	CMC	S	รพท.	ก.ล.ด.	สมาคมอสังหาริมทรัพย์	บริษัท บิตคับ			
อุปสรรคในการเข้าถึงและแลกเปลี่ยนเงินบาทด้วยสกุลเงินดิจิทัล	ความผันผวนของราคาสกุลเงินดิจิทัล	✓								#	2	11.1
	กฎหมาย หรือข้อกำหนดไม่พร้อมสนับสนุน ①	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	#	9	50.0
	มีค่าธรรมเนียมในการโอนสกุลเงินดิจิทัล ③			✓			✓	✓			3	16.7
	ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ②			✓			✓		✓	#	4	22.2
รวม											18	100
หมายเหตุ ✓ = กล่าวถึงจากบทสัมภาษณ์ # = กล่าวถึงในแบบสัมภาษณ์ SIRI = บริษัท แสนสิริ CMC = บริษัท เจ้าพระยามหานคร ORI = บริษัท ออริจิน S = บริษัท สิงห์ เอสเตท รพท. = ธนาคารแห่งประเทศไทย ก.ล.ด. = สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สมาคมอสังหาริมทรัพย์ = สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย บริษัท บิตคับ = บริษัท บิตคับ ออนไลน์ จำกัด												

ที่มา: รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสรุปข้อมูลโดยผู้วิจัย (2564)

อภิปรายและสรุปผลการศึกษา

1. **แนวคิดการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล** เกิดจากความต้องการของผู้ประกอบการในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่เลือกถือสกุลเงินดิจิทัล เป็นกลุ่มอายุระหว่าง 20-30 ปีที่สนใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ร้อยละ 80 ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ อีปซอสส์ (ไทยแลนด์) (2564) ว่ากลุ่มผู้ที่สนใจในการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลมีอายุในช่วง 18-29 ปี อยู่ที่ร้อยละ 72 และแนวคิดเพิ่มช่องทางในการชำระเงิน จะสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค สามารถทำธุรกรรมการซื้อขายได้หลายช่องทาง ได้ตลอดเวลาโดยไม่ผ่านธนาคารเป็นการโอนเงินเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคไปยังผู้ประกอบการ จึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pankratov, E., Grigorryev, & Pankratov, O. (2020) ที่ว่า กระบวนการซื้อผ่านสกุลเงินดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีสถาบันกลางในการแลกเปลี่ยน ซึ่งสามารถทำการซื้อขายได้อย่างอิสระทุกช่วงเวลาได้โดยอัตโนมัติ จากการผูกธุรกรรมไว้กับราคาสินทรัพย์ ทำให้การตรวจสอบธุรกรรมทำได้ทันที

2. **กระบวนการขาย และลักษณะโครงการ** ผู้บริโภคสามารถนำสกุลเงินดิจิทัลไปชำระค่าเงินวางเงินจอง ชำระเงินค่าทำสัญญาจะซื้อจะขาย ผ่อนชำระค่าวงเงินคาวน และชำระเงินส่วนที่เหลือในวันโอนกรรมสิทธิ์ได้ และได้ทุกประเภทโครงการอสังหาริมทรัพย์ กับทุกระดับราคาขาย โดยผู้ประกอบการไม่มีการกำหนดเงื่อนไขพิเศษแต่อย่างใด ซึ่งในส่วนของผู้บริโภคเองนั้นก็เลือกที่จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลในหลากหลายรูปแบบเช่นกัน คือเพื่ออยู่อาศัย ร้อยละ 36 เพื่อลงทุนเก็งกำไร ร้อยละ 16 และเพื่อพักผ่อน ร้อยละ 4 แต่ละจุดประสงค์หลักนั้นไม่สามารถจำแนกออกมาอย่างมีนัยสำคัญ

ได้ เนื่องจากยอดซื้อที่น้อยมากในปัจจุบัน โดยการสัมภาษณ์คุณสิริพงศ์ ศรีสว่างวงศ์ จาก บมจ. ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ (สิริพงศ์ ศรีสว่างวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 ตุลาคม 2564) กล่าวว่ามีการซื้อด้วยสกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภค 10 ล้านบาท ตั้งแต่เปิดขายจนถึงช่วง เดือนตุลาคม พ.ศ.2564 และผู้ประกอบการ และผู้บริโภคสามารถทำธุรกรรมต่างสกุลเงินร่วมได้ สอดคล้องกับ ธรรมรักษ์ หมีนัจร์ และคณะ (2561) ที่ว่าการชำระเงินสกุลดิจิทัลเป็นการชำระที่เรียกว่า (payment tokens) คือ การซื้อขายด้วยสกุลเงินดิจิทัลทำได้เสมือนเงินบาท

3. การบริหารความเสี่ยงของราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวน ผู้ประกอบการสามารถบริหารได้ด้วยการเปิดรับชำระด้วยสกุลเงินดิจิทัลที่มีความผันผวนต่ำถูกผูกมูลค่ากับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐคือ เทเทอร์ (Tether/USDT) และทำการแลกเปลี่ยนมูลค่าเงินในทันทีหลังจากการรับชำระแล้วกับผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล ซึ่งระยะเวลาในการแลกเปลี่ยนจะขึ้นอยู่กับสภาพคล่องของสกุลเงินด้วยเช่นกัน แต่ทั้งนี้ ราคาสกุลเงินดิจิทัลที่ผันผวนนั้นจะสามารถทำกำไรให้บริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่เลือกถือสกุลเงินดิจิทัลไว้เพื่อเก็งกำไรจากมูลค่าเงินด้วยเช่นกัน

4. โอกาสและข้อจำกัดของการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัล

1) ด้านโอกาส โครงการที่มีความเสี่ยงสูงในด้านการลงทุน แต่มีผลตอบแทนที่มากกว่าโครงการโดยทั่วไปจะเป็นโครงการที่จะเกิดขึ้นใหม่รองรับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ถือสกุลเงินดิจิทัลที่สามารถยอมรับความเสี่ยงสูงได้ และจะเป็นแรงจูงใจในการดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคใหม่มากขึ้น การซื้อขายด้วยสกุลเงินดิจิทัลยังก่อให้เกิดสภาพคล่องต่อบริษัท และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มากยิ่งขึ้นจากแหล่งเงินในสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งเงินดังกล่าวเมื่อเข้ามาแล้วจะเป็นเงินทุนหมุนเวียนในระยะเวลาที่นานด้วยตัวสินทรัพย์อสังหาริมทรัพย์เองที่มีระยะเวลาถือครองสูง ต่างจากสกุลเงินดิจิทัลที่มีการซื้อขายได้คล่องตัวกว่า จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pankratov, E., Grigoryev, & Pankratov, O. (2020) ว่าการชำระด้วยสกุลเงินดิจิทัลจะถูกเชื่อมโยงกับคนทั่วโลก โอกาสที่ทำให้สภาพคล่องในธุรกิจก็ยังมีมากขึ้น

2) ด้านข้อจำกัด ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2565 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มีการบังคับใช้กฎหมายห้ามผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลให้บริการที่เป็นการสนับสนุนการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลชำระราคาทั้งหมดทุกประเภท แต่ไม่ได้ห้ามบริษัทอสังหาริมทรัพย์โดยตรง ด้วยจุดประสงค์ด้านเสถียรภาพของสกุลเงินบาท ด้านงานวิจัยของ Levin (2018) จะพบความสอดคล้องว่าสกุลเงินดิจิทัลยังไม่มีวิธีการประเมินมูลค่าที่ชัดเจนผ่านผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลด้านเสถียรภาพความเป็นเงิน พร้อมทั้งสกุลเงินดิจิทัลเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนไทยทำให้ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเข้าถึงเทคโนโลยีสกุลเงินดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการก็พบว่า เมื่อเทียบสัดส่วนการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลกับสกุลเงินบาทแล้ว สกุลเงินดิจิทัลไม่ได้ก่อให้เกิดนัยสำคัญในการซื้อขาย ในแง่การโอนธุรกรรมยังคงมีค่าธรรมเนียมที่ต่างกันในแต่ละช่องทางการโอน ผู้บริโภคจึงต้องใช้ความรู้เพื่อเข้าถึงช่องทางที่มีค่าธรรมเนียมต่ำ

จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า โอกาสในการขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลในแง่ของผู้ประกอบการ การขายจะช่วยสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้ออสังหาริมทรัพย์ด้วยสกุลเงินดิจิทัลมากยิ่งขึ้นในอนาคต ในกลุ่มอายุ 20-30 ปี ด้วยตัวเลือกโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบใหม่ที่ผลตอบแทนสูงขึ้นจากการลงทุน สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ถือสกุลเงินดิจิทัล และการขายยังสามารถสร้างสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ รวมถึงภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้วยเช่นกัน ด้านข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจะพบว่าหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง จะพิจารณาถึงเสถียรภาพของสกุลเงินบาทเป็นหลัก จึงเป็นเหตุให้มีข้อจำกัดด้านกฎหมาย และสกุลเงินดิจิทัลยังไม่ได้เป็นที่รู้จักกันของทุกช่วงวัย ทำให้ผู้บริโภคต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษา และต้องพิจารณาค่าธรรมเนียมการโอนสกุลเงินดิจิทัลอย่างคุ้มค่า รวมถึงจะต้องพิจารณาความเสี่ยงที่จะต้องยอมรับได้ด้วย

บรรณานุกรม

- คมชัดลึก. (2564). *ปรากฏการณ์ใหม่ เปิดรับสกุลเงินดิจิทัลในงาน “มหกรรมบ้านและคอนโดโคราช.”* สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565, จาก <https://www.komchadluek.net/pr/495122>
- เจ้าพระยามหานคร. (2564). *CMC จับมือ Zipmex ก้าวสู่โลกการเงินไร้พรมแดน รุกตลาดคริปโทฯ เปิดซื้อขายคอนโด-บ้าน รับทุกสกุลเหรียญกับทุกโครงการ.* สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565, จาก <https://www.cmc.co.th/wetalk/cmc-จับมือ-zipmex/>
- ชัยวัฒน์ โควาวิสารัช. (2562). *เงินสกุลหลักของโลก - Libra?* สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2564, จาก <https://www.bangchak.co.th/en/newsroom/everlasting-economy/523/เงินสกุลหลักของโลก-libra>
- ธรรมรักษ์ หมื่นจักร์, รัชพร วงศ์โรจน์, กษิตศ ตันสงวน และ เกวลี สันตโยดม. (2561). Cryptocurrencies and friends: นวัตกรรม พัฒนาการความเสี่ยง และการกำกับดูแล. *Focused and Quick (FAQ)*, (126), 2-3. Retrieved from https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/FAQ/FAQ_126.pdf
- Brandbuffet. (2564). *เปิดผลสำรวจ “อ็อปซอสส์” คนไทยทุกวัยสนใจ Bitcoin แม้เสี่ยงสูงแต่ทำกำไรเร็ว “รุ่นใหม่” ลงทุนสูงสุด.* สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2021/03/ipsos-survey-68-percent-of-thais-interested-trading-in-bitcoins/>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2565). *ก.ล.ต. ออกเกณฑ์กำกับให้การให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล ไม่สนับสนุนการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลเป็นสื่อกลางชำระค่าสินค้าหรือบริการ.* สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก https://www.sec.or.th/TH/Pages/News_Detail.aspx?SECID=9353
- ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้. (2564). *“ออริจิ้น” ผนึก “Bitkub” เพิ่มช่องทางซื้อขายบ้าน-คอนโดผ่าน “คริปโทฯ” เจาะนักลงทุนทั้งสายเทรดและสายฟาร์มรับ “DeFi” โตก้าวกระโดด.* สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2565, จาก <https://www.origin.co.th/ข่าวออริจิ้น/ออริจิ้น-ผนึก-bitkub-เพิ่ม>
- Bartrem, K., Curtis, J., Dorosz, J., Hein, H., Sarah, L., Landes, S., ... Wondra, C. (2017). *Risks and vulnerabilities of virtual currency cryptocurrency as a payment method.* [N.p.]: Public-Private Analytic Exchange Program, United States.
- Buck, J. (2017). *Liquidity and stability - Bitcoin as currency and asset.* Retrieved August 21, 2021, from <https://cointelegraph.com/news/liquidity-and-stability-bitcoin-as-currency-and-asset>
- Dilendorf, M., Khurdayan, R., & Zaslavsky, G. (2021). *Legal guide to buying US real estate with bitcoin.* Retrieved July 25, 2021, from <https://dilendorf.com/resources/how-to-structure-new-york-real-estate-transactions-using-bitcoin.html>
- Don, B., Rajah, D., Ott, S., & Fromm, K. (2019) Real estate use cases for blockchain technology. *Enterprise Ethereum Alliance*, 1(1), 4-18. <https://entethalliance.org/wp-content/uploads/2019/05/EEA-Real-Estate-SIG-Use-Cases-May-2019.pdf>
- Levin, B. (2018). *Potential for cryptocurrency to fund investment in sustainable real assets.* (Master's thesis, Duke University).
- Pankratov, E., Grigoryev, V., & Pankratov, O. (2020). *The blockchain technology in real estate sector: Experience and prospects.* (Master's thesis, Plekhanov Russian University).