

ปัจจัยส่งเสริมการใช้ทางเท้ายกระดับย่านพาณิชย์กรรมราชประสงค์

สญชัย ลบแยม^{1*}

Received 4 December 2025

Revised 10 February 2026

Accepted 7 April 2026

บทคัดย่อ

ย่านพาณิชย์กรรมราชประสงค์เป็นแหล่งรวมสถานประกอบการ ค้าปลีก สำนักงาน โรงแรม และ ศูนย์การประชุมชั้นนำระดับนานาชาติ อยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร แวดล้อมไปด้วยสถานีระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าในปัจจุบันถึง 4 ระบบ ได้แก่ 1) BTS 2) MRT 3) ARL และ 4) ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าสายสีส้ม ด้วยบริบทดังกล่าว โครงการ Ratchaprasong Bangkok Downtown Model จึงเกิดขึ้นจากการร่วมทุนระหว่าง 5 ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ มุ่งหวังพัฒนาย่านราชประสงค์ให้เป็นย่านเศรษฐกิจและไลฟ์สไตล์รองรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ เป็นศูนย์กลางรองรับนักเดินทางกลุ่ม MICE และศูนย์การค้าใจกลางกรุงจำนวน 5 ศูนย์การค้า รวมพื้นที่ค้าปลีกกว่า 700,000 ตารางเมตร พร้อมโรงแรมหรูระดับ 3 ดาว จนถึงระดับ Luxury 3,900 ห้อง คาดว่ามีผลประกอบการกว่า 7,000 ล้านบาทต่อเดือน เชื่อมต่อการเดินทางในโครงการและนอกโครงการด้วยทางเท้ายกระดับ Ratchaprasong Walk ยาวกว่า 1,000 เมตร มูลค่ากว่า 700 ล้านบาท วัตถุประสงค์ของงานวิจัย มี 3 ข้อ คือ 1) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้งานทางเท้ายกระดับย่านพาณิชย์กรรมราชประสงค์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานทางเท้ายกระดับ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทางเท้ายกระดับ การศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านการสำรวจผู้สัญจรภายในพื้นที่ศึกษาแบบสุ่ม ทุกวัน จำนวน 420 คน ผลการศึกษาชี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ทางเท้ายกระดับอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 4 รายการ และไม่มีนัยสำคัญ จำนวน 2 ประการ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล ได้แก่ 1) อายุ 2) ระดับรายได้ 3) ความถี่ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ และ 4) วัตถุประสงค์ในการมาย่านราชประสงค์ และปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพล ได้แก่ เพศ และมูลค่าของการซื้อสินค้าและบริการ อนึ่ง ข้อค้นพบเหล่านี้ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้สัญจร และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเท้ายกระดับในย่านพาณิชย์กรรมโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าอื่น ๆ

คำสำคัญ: ทางเท้ายกระดับ ย่านราชประสงค์ การเดิน ระบบขนส่งมวลชน ราชประสงค์ วอล์ค

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

* Corresponding author email: lobyaem_s@silpakorn.edu

PROMOTING FACTORS OF SKYWALK IN RATCHAPRASONG COMMERCIAL DISTRICT

Sonchai Lobyam^{1*}

Abstract

The Ratchaprasong Commercial District is a major cluster of retail establishments, offices, hotels, and internationally recognized convention facilities located in the heart of Bangkok. The area is surrounded by four mass transit systems: 1) the Bangkok Mass Transit System (BTS), 2) the Metropolitan Rapid Transit (MRT), 3) the Airport Rail Link (ARL), and 4) the Orange Line. Within this context, the Ratchaprasong Bangkok Downtown Model was initiated as a joint venture among five major private-sector developers. The project aims to enhance Ratchaprasong as a key economic and lifestyle district for both domestic and international visitors, a strategic hub for MICE travelers, and a central retail destination comprising five major shopping complexes with over 700,000 square meters of retail space. The district also features more than 3,900 hotel rooms ranging from three-star to luxury categories, generating an estimated monthly economic value of over 7 billion baht. Internal and external pedestrian movement is supported by the elevated Ratchaprasong Walk, a walkway (known as the “skywalk”) extending more than 1,000 meters and valued at over 700 million baht. This study has three main objectives: 1) to survey and analyze the characteristics and behaviors of users of the elevated walkway in the Ratchaprasong Commercial District; 2) to examine factors that encourage the use of the elevated walkway; and 3) to propose guidelines for its future development. Data were collected through randomized daily surveys of 420 pedestrians within the study area. The findings reveal four statistically significant factors influencing walkway usage: 1) age, 2) income level, 3) travel frequency to the district, and 4) purpose of visit. Two factors showed no significant influence: gender and spending value on goods and services. The findings contribute to a deeper understanding of pedestrian behavior in high-density commercial districts and provide evidence-based recommendations for improving elevated walkways in transit-oriented urban environments.

Keywords: Elevated Walkway, Ratchaprasong District, Pedestrian Movement, Mass Transit, Ratchaprasong Walk

¹ Faculty of Architecture, Silpakorn University, 31 Na Phra Lan Rd., Phra Borom Maharachawang, Phra Nakhon, Bangkok 10200

* Corresponding author email: lobyam_s@silpakorn.edu

บทนำ

ย่านพาณิชย์กรรมราชประสงค์เป็นแหล่งรวมสถานประกอบการ ร้านค้าปลีก สำนักงาน โรงแรม และศูนย์การประชุมชั้นนำระดับนานาชาติ ตั้งอยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร แวดล้อมไปด้วยสถานีระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าในปัจจุบันถึง 3 ระบบ ได้แก่ 1) ระบบระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS) 2) ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) และ 3) ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า Airport Rail Link (ARL) และในอนาคตอันใกล้ จะมีระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าสายสีส้มพาดผ่านบริเวณนี้อีกด้วย โดยกำหนดแล้วเสร็จภายในปี 2573 (Land & Houses, 2568) จากทำเลและโอกาสในการพัฒนาเมืองดังกล่าว จึงส่งผลให้เกิดความเคลื่อนไหวของการพัฒนาย่านการค้าปลีก เพื่อสร้างทำเลของศูนย์การค้าเป็นแลนด์มาร์กของกรุงเทพมหานครมีให้เห็นอย่างต่อเนื่อง ในการนี้ 5 กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจย่านราชประสงค์ ได้แก่ เซ็นทรัล กรุ๊ป ไมเนอร์ กรุ๊ป ดี เอราวัณ กรุ๊ป เกษรพร็อพเพอร์ตี้ กรุ๊ป และเดอะ แพลทินัม กรุ๊ป ร่วมดำเนินโครงการต้นแบบราชประสงค์ บางกอก ดาวน์ทาวน์ (Ratchaprasong Bangkok Downtown Model) มุ่งหวังพัฒนาย่านราชประสงค์ให้เป็นย่านเศรษฐกิจและไลฟ์สไตล์รองรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และเป็นศูนย์กลางรองรับนักเดินทางกลุ่ม MICE เชื่อมต่อศูนย์การค้าใจกลางกรุงจำนวน 5 ศูนย์การค้า รวมพื้นที่ค้าปลีกกว่า 700,000 ตารางเมตร พร้อมโรงแรมหรูระดับ 3 ดาว จนถึงระดับ Luxury 3,900 ห้อง มีผลประกอบการธุรกิจกว่า 7,000 ล้านบาทต่อเดือน หาก Ratchaprasong Bangkok Downtown Model (RBDM) เสร็จสมบูรณ์ คาดการณ์ว่าจะมีผู้เดินทางเข้ามาใช้บริการย่านการค้านี้เพิ่มขึ้นอีกกว่าเท่าตัว หรือวันละไม่ต่ำกว่า 600,000-800,000 คนต่อวัน แบ่งเป็นชาวไทยร้อยละ 60 และชาวต่างชาติร้อยละ 40 (ประชาชาติธุรกิจ, 2560) ทั้งนี้ เส้นทางเท้าที่เป็นส่วนสำคัญของโครงการ RBDM คือ โครงการทางเท้ายกระดับ Ratchaprasong Walk หรือ R-Walk ก่อสร้างด้วยงบประมาณสูงถึง 715 ล้านบาท เชื่อมต่อสถานประกอบการระดับแม่เหล็ก (Magnet Establishments) จำนวน 18 แห่ง อีกทั้งเชื่อมต่อการเดินทางภายในย่านพาณิชย์กรรมแห่งนี้กับระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าอีกสามระบบ คือ BTS MRT และ ARL (ภาพที่ 1) จึงเป็นที่มาของความต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้ทางเท้ายกระดับและคุณลักษณะ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้สัญจรในย่านนี้ อีกทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทางเท้ายกระดับที่เหมาะสมอีกด้วย



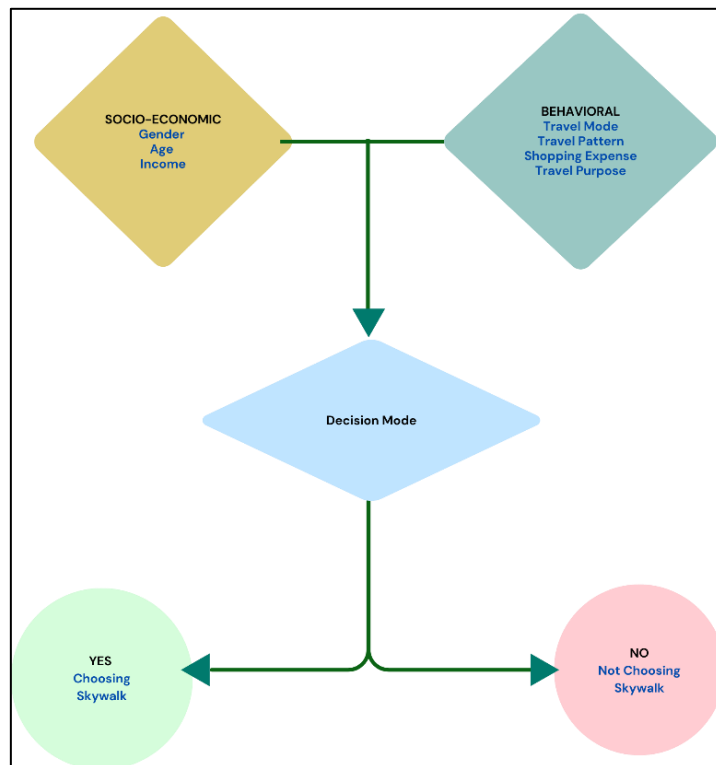
ภาพที่ 1 โครงการทางเท้ายกระดับ Ratchaprasong Walk (Ratchaprasong, 2025)

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้งานทางเท้ายกระดับ ย่านพาณิชยกรรมราชประสงค์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานทางเท้ายกระดับ
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทางเท้ายกระดับ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกใช้ทางเท้ายกระดับเพื่อการสัญจร (Choosing Skywalk หรือ Not Choosing Skywalk) พื้นที่ย่านพาณิชยกรรมราชประสงค์ โดยกำหนดกรอบตัวแปรอิสระ จากกลุ่มข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Data) และข้อมูลด้านพฤติกรรม (Behavioral Data) อธิบายตามภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ตัวแปรอิสระด้านสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ (Gender) อายุ (Age) และระดับรายได้ (Income) ส่วนตัวแปรด้านพฤติกรรม รวมถึง รูปแบบการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ (Travel Mode) ความถี่ในการเดินทางมาย่านราชประสงค์ (Travel Pattern) ยอดรวมมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการเมื่อเดินทางมา (Shopping Expense) และวัตถุประสงค์ที่เดินทางมา (Travel Purpose)



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายประเด็นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ 1) จากเมืองเดินได้สู่โครงข่ายการสัญจรสามมิติ 2) ความเป็นมาของทางเท้ายกระดับย่านพาณิชยกรรมราชประสงค์ และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดิน

จากเมืองเดินได้สู่โครงข่ายการสัญจรสามมิติ

การส่งเสริมเมืองที่เดินได้ (Walkable City) ถือเป็นกระบวนทัศน์หลักของการวางผังเมืองร่วมสมัยที่มุ่งเน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง โดยวรรณกรรมส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่าโครงข่ายทางเดินเท้าที่มีคุณภาพต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือ ความปลอดภัย (Safety) ความสะดวกสบาย (Comfort) และความน่าสุนทรีย์ (Aesthetics) (Speck, 2012; Hijriyah et al., 2024) โดย Gehl (2010) นักทฤษฎีผังเมืองคนสำคัญ ย้ำเสมอว่าทางเดินเท้าพื้นราบ (Ground-Level Sidewalks) ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่เป็นช่องทางสัญจร (Mobility) แต่เป็น “พื้นที่ทางสังคม” (Social Space) ที่สำคัญยิ่งในการก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้คนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจระดับย่อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในวงกว้างของ Jacobs (1961) ซึ่งเป็นต้นแบบคนสำคัญด้านการผังเมือง ที่เปรียบเปรยว่าทางเดินเท้าคือ “ดวงตาของเมือง” (Eyes on the Street) ที่ช่วยสร้างความปลอดภัยตามธรรมชาติผ่านการเฝ้าระวังร่วมกันของพลเมือง อย่างไรก็ตาม ในบริบทของมหานครสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อน ทฤษฎีเมืองเดินได้แบบดั้งเดิมอาจต้องเผชิญกับข้อจำกัดทางกายภาพที่ไม่สามารถรองรับความหนาแน่นของการใช้งานได้เพียงพอ จึงนำไปสู่การแสวงหาทางออกใหม่ทางสถาปัตยกรรมผังเมือง

ด้วยเหตุนี้ ในบริบทของเมืองที่มีความหนาแน่นสูงและการจราจรคับคั่ง โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย จึงเกิดกระแสการพัฒนาทางเท้ายกระดับหรือทางเดินลอยฟ้า (Elevated Walkways หรือ Skywalks) ขึ้นอย่างแพร่หลายเพื่อตอบโจทยปัญหาเมืองที่ซับซ้อน งานวิจัยจำนวนมากชี้ให้เห็นถึงข้อได้เปรียบของโครงสร้างนี้ โดยเฉพาะการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนกับรถยนต์ (Pedestrian-Vehicle Conflict) และการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศร้อนชื้น งานวิจัยของ Sun et al. (2021) ซึ่งศึกษาเมืองฮ่องกง พบว่าโครงข่ายสามมิติหรือทางเดินลอยฟ้า (3D Pedestrian Network) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเชื่อมต่อระหว่างระบบขนส่งมวลชนและอาคารพาณิชย์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผู้เดินทางสามารถเข้าถึงจุดหมายได้โดยไม่ต้องเผชิญกับมลพิษจากท่อไอเสียหรือเสียเวลาในการรอสัญญาณไฟจราจร นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าระบบทางเดินลอยฟ้าช่วยสร้าง “สภาวะน่าสบายทางอุณหภูมิ” (Thermal Comfort) ให้แก่ผู้สัญจร ซึ่งเป็นปัจจัยวิกฤตสำหรับเมืองเขตร้อน ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ หรือ “เศรษฐกิจชั้นสอง” (Second-Level Economy) ที่เชื่อมต่อห้างสรรพสินค้าและอาคารสำนักงานเข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ (Seamless Connectivity) ทำให้เมืองมีศักยภาพในการรองรับปริมาณคนได้มากขึ้นโดยไม่กระทบต่อการจราจรเบื้องล่าง

ความเป็นมาของทางเท้ายกระดับย่านพาณิชย์กรมราชประสงค์

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีทางเดินยกระดับจำนวน 9 แห่ง ซึ่งเป็นทางเดินของกรุงเทพมหานครจำนวน 3 แห่ง และของ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BTSC) จำนวน 2 แห่ง การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำนวน 1 แห่ง และเอกชนจำนวน 3 แห่ง ในย่านราชประสงค์เป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าที่มีชื่อเสียง โรงแรม ร้านอาหาร อาคารสำนักงาน และบริษัทที่มีความสำคัญ ทำให้มีประชาชนและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ตั้งแต่จับจ่ายใช้สอย รับประทานอาหาร ทำงาน หรือแม้กระทั่งการเข้ามากราบไหว้สักการะเทพศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นความเชื่อดั้งเดิมของประชาชน ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการบริเวณย่านราชประสงค์ได้มีการทำโครงข่ายเส้นทางเดินยกระดับ เชื่อมต่อ 4 ทิศทาง ภายใต้ชื่อ Ratchaprasong Walk (R-Walk) เป็นโครงข่ายเส้นทางเดินลอยฟ้าภายในย่านการค้าราชประสงค์และพื้นที่ต่อเนื่อง โครงข่ายนี้เชื่อมโยงอาคารสำคัญทั้ง 18 อาคาร ในพื้นที่เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมแก่การเดิน ทำให้ประชาชนและไปยังนักท่องเที่ยวสามารถเดินเท้าได้ในระยะที่ไกลขึ้น และสามารถไปยังสถานที่ต่างที่ทางเดินยกระดับเชื่อมต่อไปถึงอย่างสะดวกสบายและปลอดภัย ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้บริการประมาณ 100,000 คนต่อวัน (บ้านและสวน, 2560)

ทางเท้ายกระดับบริเวณย่านราชประสงค์ มีความยาวรวมทั้งสิ้น 1,150 เมตร แบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง มูลค่า 715 ล้านบาท ได้แก่ ทิศตะวันออกสู่ทิศตะวันตก จากสถานีรถไฟฟ้าชิดลมสู่แยกเฉลิมเผ่า มีความยาว 650 เมตร และทิศใต้สู่ทิศเหนือ จากแยกราชประสงค์ เกษตรวิลเลจ ไปยังเดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ยาว 500 เมตร (Ratchaprasong, 2025) และเชื่อมโยง 18 อาคาร ดังนี้

- | | |
|--|------------------------------------|
| (1) เกสร ทาวเวอร์ | (2) อาคารมณีนยา เซ็นเตอร์ |
| (3) The Offices at Central World | (4) President Tower and Arcade |
| (5) President Place | (6) Centara Grand at Central World |
| (7) โรงแรมแกรนด์ไฮแอท เอราวัณ | (8) โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล |
| (9) โรงแรมฮอติเดย์อินน์ | (10) โรงแรมเรเนซองส์ |
| (11) Novotel Bangkok Platinum Pratunam | (12) ศูนย์การค้าอมรินทร์พลาซ่า |
| (13) ห้างเซนทรัลเวิลด์ | (14) Erawan Bangkok |
| (15) เกษตรวิลเลจ | (16) The Platinum Fashion Mall |
| (17) The Market Bangkok | (18) Big C Super Center ราชดำริ |

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดิน

พฤติกรรมการเดินสามารถเปลี่ยนแปลงอันเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อผู้ใช้งาน ในการเลือกรูปแบบการเดินทางได้ โดยมีปัจจัยที่สำคัญ จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยการใช้ประโยชน์ที่ดิน ลักษณะของการใช้ที่ดินมีผลต่อการเดินทาง ด้วยลักษณะความหนาแน่นของการใช้ที่ดินและกิจกรรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เมืองมีความสัมพันธ์ต่อการกำหนดรูปแบบการเดินทางและดึงดูดการเดินทาง (Zacharias, 2001) โดยขนาดครอบครัว จำนวนการถือครองยานพาหนะที่อยู่ในพื้นที่ จะส่งผลต่อการเกิดการเดินทางมากกว่าครอบครัวเดี่ยว หรือครัวเรือนที่มียานพาหนะเพียงคันเดียว อีกทั้งการใช้ที่ดินเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อการเดินทางที่เพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางด้วยลักษณะของที่มีความแตกต่างกัน ทั้งเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนการครอบครองยานพาหนะ (Dovey & Pafka, 2020) ซึ่งจะเห็นได้ว่ายิ่งครัวเรือนที่มีรายได้สูงจะสามารถครอบครองยานพาหนะได้มากกว่าหนึ่ง ยังส่งผลต่อการเกิดจำนวนเดินทางที่เพิ่มขึ้น

3. ปัจจัยระบบคมนาคมขนส่ง ด้วยลักษณะของขอบเขตและความสามารถในการรองรับการเดินทางที่มีอยู่ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนช่องการจราจร ชนิดผิวการจราจร จำนวนการจราจร ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง (Shashank & Schuurman, 2019; Meyer, 2025)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่าผลการศึกษาวิจัยด้านการส่งเสริมการใช้ทางเท้ายกระดับ (Skywalk) อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในบริบทประเทศไทย โดยเฉพาะย่านพาณิชยกรรมยังมียังอยู่อย่างจำกัด จึงมีความจำเป็นที่ควรมีการศึกษาวิจัยด้านนี้เพิ่มเติม

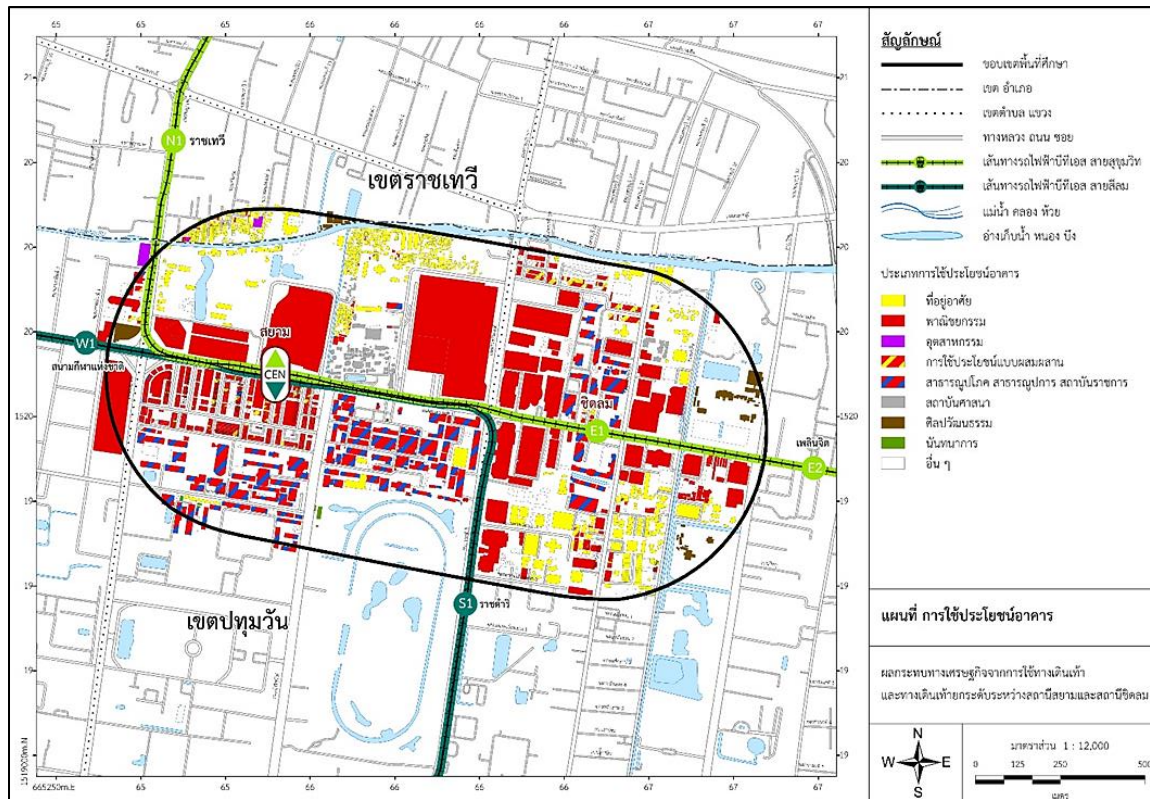
ระเบียบวิธีวิจัย

ขั้นตอนการศึกษามีระเบียบวิธีประกอบไปด้วย 1) การเลือกพื้นที่ศึกษา 2) การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 3) การใช้เครื่องมือวิจัย และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

พื้นที่ศึกษา

การเลือกพื้นที่ศึกษาและเก็บข้อมูลภาคสนามเกิดขึ้นบริเวณย่านพาณิชยกรรมราชประสงค์ ย่านนี้เป็นพื้นที่ที่มีการใช้ที่ดินแบบผสมผสาน (Mixed Use) มีความหนาแน่นของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ได้แก่ การค้า

บริการ และสำนักงาน และมีความหนาแน่นของประชากรสูง โดยมีโครงการทางเท้ายกระดับ ซึ่งเชื่อมการสัญจรภายในพื้นที่และนอกพื้นที่ ที่สำคัญ คือ โครงการทางเท้ายกระดับ Ratchaprasong Walk ซึ่งเชื่อมต่อระหว่างสถานประกอบการ ห้างร้าน ศูนย์การค้า อาคารประเภท mixed use และสถานีรถไฟฟ้าที่สำคัญ อาทิ สถานี BTS ชิดลม และสถานี BTS สยาม ตามภาพที่ 3 และภาพที่ 4



ภาพที่ 3 พื้นที่ศึกษาและการใช้ประโยชน์ที่ดิน



ภาพที่ 4 ทางเท้ายกระดับ Ratchaprasong Walk (R-Walk) (บ้านและสวน, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ศึกษาเป็นพื้นที่ศูนย์กลางพาณิชย์กรรมระดับประเทศ และเป็นที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าสำคัญ ได้แก่ สถานีสยาม และสถานีชิดลม มีผู้เดินทางสัญจรจำนวนมากเข้าและออกพื้นที่อยู่ตลอดเวลา ทำให้ข้อมูลจำนวนผู้สัญจรที่ไม่แน่นอน เพื่อการสำรวจภาคสนาม การกำหนดขนาดตัวอย่างจึงออกแบบให้เป็นการสุ่ม (Random Sampling) แบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite Population) ตามหลักการ Yamane (1973) อยู่ที่ 385 คน เพื่อเหลือเผื่อขาดอีกร้อยละ 10 เป็น 420 คน โดยมีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามทุกวัน วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ในการเก็บข้อมูลจะเป็นออกเป็น 3 ช่วงเวลาในการเก็บ ได้แก่ 1) 7.00 น. ถึง 9.00 น. 2) 11.00 น. ถึง 13.00 น. และ 3) 17.00 น. ถึง 19.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้สัญจรในพื้นที่ศึกษาอย่างหนาแน่น

เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยใช้เครื่องมือวิจัยที่สำคัญประกอบด้วย ซอฟต์แวร์เพื่อการวิเคราะห์เชิงสถิติ และแบบสำรวจ (Questionnaire Survey) โดยซอฟต์แวร์ที่ใช้เป็นหลัก ได้แก่ SPSS และ Microsoft Excel ส่วนแบบสำรวจผู้สัญจรในพื้นที่ศึกษา แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทาง และความคิดเห็นต่อการเดินทาง การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาเป็น 3 ช่วง ได้แก่ เร่งด่วนเช้า (7.00 น – 9.00 น) เร่งด่วนเย็น (17.00 น – 19.00 น) และนอกเร่งด่วน โดยมุ่งเน้นตามพื้นที่สำคัญ ได้แก่ ทางเท้า ทางเท้ายกระดับ R-Walk สถานีรถไฟฟ้า BTS สยามและชิดลม จุดเปลี่ยนถ่ายการเดินทาง สถานที่ทำงาน และสถานประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม รวมถึง ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ และข้อมูลพฤติกรรมการเดินทาง ถูกนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับการเลือกใช้งานทางเท้ายกระดับผ่านการวิเคราะห์ Pearson's Chi-square (X^2) และเมื่อได้ตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญเชิงสถิติดังกล่าวจะถูกนำมาศึกษาผ่านแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกแบบทวิภาค (Binary Logistic Regression) ซึ่งใช้กับตัวแปรตาม 2 กลุ่มย่อย (Dichotomous Variables) ที่มี 2 ค่า คือมีค่าเป็น 1 กับ 0 (เลือกใช้งานทางเท้ายกระดับ หรือไม่เลือกใช้งานทางเท้ายกระดับ) (Sommer & Sommer, 2002) โดยแบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิภาคสามารถแสดงได้ตามสมการ 1 ถึง 5

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x}} \quad (1)$$

$$\text{หรือ Prob (event)} = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 x)}} \quad (2)$$

เมื่อ β_0 และ β_1 เป็นสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้จากข้อมูล
X เป็นตัวแปรอิสระ

e เป็นลอการิธึมชาติ (Natural logarithm) มีค่าประมาณ 2.718

และจากสมการของต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมการใหม่ได้ดังนี้

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^z}{1 + e^z} \quad (3)$$

$$\text{หรือ Prob (event)} = \frac{1}{1 + e^{-z}} \quad (4)$$

$$\text{โดย } z = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_p x_p \quad (5)$$

และโอกาสของการไม่เกิดเหตุการณ์จะประมาณได้จากสมการ 6

$$\text{Prob (no event)} = 1 - \text{Prob (event)} \quad (6)$$

ผลการวิจัย

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจหรือข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลด้านพฤติกรรม

ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ

จากการสำรวจ มีค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Data) จำนวน 3 รายการ ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ และ 3) ระดับรายได้ รายละเอียดตามตารางที่ 1 สถิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ตารางที่ 1 สถิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ข้อมูลสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	149	35.5
หญิง	238	56.7
เพศทางเลือก	32	7.6
ไม่เลือกตอบ	1	2
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	95	22.6
20 - 30 ปี	167	39.8
31 - 40 ปี	81	19.3
41 - 60 ปี	58	13.8
60 ปีขึ้นไป	12	2.9
ไม่เลือกตอบ	7	1.7
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	141	33.6
10,001 – 20,000 บาท	141	33.6
20,001 – 30,000 บาท	77	18.3
30,001 – 40,000 บาท	24	5.7
มากกว่า 40,000 บาท	22	5.2
ไม่เลือกตอบ	15	3.6

ข้อมูลด้านพฤติกรรม

มีค่าสถิติเชิงพรรณนา ด้านพฤติกรรม (travel-behavioral data) จำนวน 4 รายการ ได้แก่ 1) รูปแบบการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ 2) ความถี่ในการเดินทางมาย่านราชประสงค์ 3) ยอดรวมมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการเมื่อเดินทางมา และ 4) วัตถุประสงค์ที่เดินทางมา รายละเอียดตามตารางที่ 2 สถิติด้านพฤติกรรมผู้สัญจร

ตารางที่ 2 สถิติด้านพฤติกรรมผู้สำรวจ

ข้อมูลพฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ (เลือกได้หลายคำตอบ)		
เดินเท้า	380	90.5
รถเมล์	162	38.6
รถแท็กซี่	79	18.8
รถจักรยานยนต์รับจ้าง	144	34.3
รถไฟฟ้า BTS	18	4.3
รถจักรยานยนต์หรือรถยนต์ส่วนบุคคล	79	18.8
อื่น ๆ	3	0.7
ความถี่ในการเดินทางมาย่านราชประสงค์		
ไม่ทุกเดือน	96	22.9
1 – 5 ครั้ง/เดือน	151	36.0
6 – 10 ครั้ง/เดือน	31	7.4
มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	130	31.0
อื่น ๆ	12	2.9
มูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ		
น้อยกว่า 1,000 บาท	171	40.7
1,001-5,000 บาท	188	44.8
5,001-10,000 บาท	47	11.2
มากกว่า 10,000 บาท	13	3.1
อื่น ๆ	-	-
ไม่เลือกตอบ	1	0.2
วัตถุประสงค์ที่เดินทางมา		
เดินดูสินค้า/หาข้อมูล	36	8.6
ซื้อสินค้าและบริการ	78	18.6
ทานอาหาร	44	10.5
เดินเล่น/นัดเพื่อน/สังสรรค์	149	35.5
เรียนพิเศษ	10	2.4
อื่น ๆ	103	24.5

ผลการวิเคราะห์พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ (ค่า p น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05) ระหว่างข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจและข้อมูลพฤติกรรมและการเลือกใช้งานทางเท้าระดับ 4 รายการ ได้แก่ 1) อายุ 2) รายได้ต่อเดือน 3) ความถี่ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ และ 4) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ ตามตารางที่ 3 ทั้งนี้ ในส่วนของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเลือกใช้งานทางเท้าระดับ (ค่า p มากกว่า 0.05) ได้แก่ เพศ และมูลค่าของการซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ข้อมูล	ทางเท้าระดับ (ร้อยละ)		
	ไม่ใช้งานทางเท้าระดับ	ใช้งานทางเท้าระดับ	p-value
ด้านสังคมและเศรษฐกิจ			
เพศ	55.3	44.7	0.519
ชาย	20.8	14.6	
หญิง	30.6	26.3	
เพศทางเลือก	3.8	3.8	

ตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ต่อ)

ข้อมูล	ทางท้ายระดับ (ร้อยละ)		p-value
	ไม่ใช้งานทางท้ายระดับ	ใช้งานทางท้ายระดับ	
อายุ	54.9	45.1	0.000*
ต่ำกว่า 20 ปี	12.9	10.2	
20-30 ปี	17.5	22.8	
31-40 ปี	12.1	7.5	
41-60 ปี	10	4.1	
60 ปีขึ้นไป	2.4	0.5	
รายได้ต่อเดือน	55.4	44.6	0.005*
ต่ำกว่า 10,000 บาท	19.8	14.9	
10,001-20,000 บาท	21.5	13.4	
20,001-30,000 บาท	9.7	9.4	
30,000-40,000 บาท	1.2	4.7	
มากกว่า 40,000 บาท	3.2	2.2	
ด้านพฤติกรรม			0.216
รูปแบบการเดินทาง	53.1	46.9	
เดินเท้า	23.8	20.2	
รถเมล์	13.3	5.3	
แท็กซี่	4.3	4.8	
bts	3.9	12.7	
ขนส่งสาธารณะ	1.4	0.7	
จักรยานยนต์	6.1	3	
อื่นๆ	0.3	0.2	
ความถี่ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์	55.1	44.9	0.003*
ไม่ทุกเดือน	13.1	9.8	
1-5 ครั้ง/เดือน	15.5	20.3	
6-10 ครั้ง/เดือน	4.1	3.3	
มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	20.8	10.3	
อื่น ๆ	1.7	1.2	
มูลค่าของการซื้อสินค้าและบริการเมื่อมา (ยอดรวม)	55.3	44.7	0.087
ต่ำกว่า 1,000 บาท	24.2	16.7	
1,001-5,000 บาท	24.4	20.3	
5,001-10,000 บาท	6	5.3	
มากกว่า 10,000 บาท	0.7	2.4	
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์	55.1	44.9	0.010*
เดินดูสินค้า	4.1	4.5	
ซื้อสินค้า	9.5	9.1	
ทานอาหาร	6.4	4.1	
เดินเล่น	16.9	18.4	
เรียนพิเศษ	1	1.4	
ทำงาน	17.2	7.4	

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญเชิงสถิติ ที่ significance level 5%

เมื่อพิจารณาตัวแปรหรือปัจจัยผ่านการวิเคราะห์ Pearson's Chi-Square (X^2) ตัวแปรที่มีค่า p น้อยกว่า 0.05 ถือเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการใช้งานทางแท็กซี่ระดับ ส่วนตัวแปรที่มีค่า p มากกว่า 0.05 ถือว่าตัวแปรนั้นไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานทางแท็กซี่ระดับ และจะไม่นำตัวแปรเหล่านั้นไปวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกทวิภาค (Binary Logistic Regression) เพื่อหาโอกาสในการเลือกใช้ทางแท็กซี่ระดับเพื่อการสัญจร ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีค่าความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญถูกนำไปวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกทวิภาค ได้แก่ 1) อายุ (Age) 2) รายได้ (Income) 3) ความถี่ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ (Travel Pattern) และ 4) วัตถุประสงค์ในการมาเยือนราชประสงค์ (Travel Purpose)

อายุ

พบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้งานทางเดินเท้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $p = 0.000$) ตามตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาค่าโอกาสหรือความเป็นไปได้เชิงเปรียบเทียบ (odd ratio หรือ OR) ในการใช้ทางแท็กซี่ระดับเพื่อการสัญจร พบว่าผู้ที่มียุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี มีโอกาสเลือกใช้ทางแท็กซี่ระดับมากกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี (กลุ่มอ้างอิง) 1.7 เท่า โดยผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีโอกาสที่จะเลือกใช้ทางแท็กซี่ระดับต่ำที่สุด อยู่ที่ 0.3 เท่า

ตารางที่ 5 วิเคราะห์ Binary Logistic Regression ตัวแปรช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	การใช้งานทางแท็กซี่ระดับ				Chi-sq	OR	95% CI for OR	
		ใช้งาน		ไม่ใช้		p-value		Lower	Upper
		จำนวน	%	จำนวน	%				
รวม	412	226	54.9	186	45.1	0.000			
ต่ำกว่า 20 ปี ^{ref}	95	53	55.8	42	44.2				
20-30 ปี	166	72	43.4	94	56.6		1.7	0.991 2.738	
31-40 ปี	81	50	61.7	31	38.3		0.8	0.428 1.431	
41-60 ปี	58	41	70.7	17	29.3		0.5	0.261 1.049	
60 ปีขึ้นไป	12	10	83.3	2	16.7		0.3	0.052 1.215	

ระดับรายได้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรายได้ต่อเดือนกับการใช้งานทางแท็กซี่ระดับ ตามตารางที่ 6 ชี้ว่า รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้งานทางเดินเท้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $p = 0.005$) เมื่อพิจารณาโอกาสในการใช้ทางแท็กซี่ระดับในการสัญจร พบว่า ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 ถึง 40,000 บาทและผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท มีโอกาสเลือกใช้ทางแท็กซี่ระดับมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท (กลุ่มอ้างอิง) 5.1 และ 1.3 เท่า ตามลำดับ

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ Binary Logistic Regression ตัวแปรรายได้

ระดับรายได้	ขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	การใช้งานทางแท็กซี่ระดับ				Chi-sq	OR	95% CI for OR	
		ใช้งาน		ไม่ใช้		p-value		Lower	Upper
		จำนวน	%	จำนวน	%				
รวม	404	224	56.0	176	44.0	0.005			
ต่ำกว่า 10,000 บาท ^{ref}	140	68	51.9	63	48.1				
10,001 – 20,000 บาท	141	26	45.6	31	54.4		0.8	0.514 1.333	

ตารางที่ 7 วิเคราะห์ Binary Logistic Regression ตัวแปรรายได้ (ต่อ)

ระดับรายได้	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)	การใช้งานทางเท้ายกระดับ				Chi-sq	OR	95% CI for OR	
		ใช้งาน		ไม่ใช้		p-value		Lower	Upper
20,001 – 30,000 บาท	77	87	55.4	70	44.6		1.3	0.743	2.270
30,001 – 40,000 บาท	24	22	66.7	11	33.3		5.1	1.790	14.341
มากกว่า 40,000 บาท	22	21	95.5	1	4.5		0.9	0.370	2.301

ความถี่ในการเดินทางมาย่านราชประสงค์

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ของความถี่ในการเดินทางกับการใช้งานทางเท้ายกระดับ จากการวิเคราะห์พบว่า ความถี่ในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้งานทางเดินเท้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $p = 0.003$) หากพิจารณาโอกาสในการใช้ทางเท้ายกระดับในการสัญจร พบว่าผู้ที่เดินทางมาบ่อย ระหว่าง 1 ถึง 5 ครั้งต่อเดือน (ความถี่ระดับต้น) และผู้ที่มีความถี่ในการเดินทางมา ระหว่าง 6 ถึง 10 ครั้งต่อเดือน (ความถี่ระดับกลาง) มีโอกาสเลือกใช้ทางเท้ายกระดับมากกว่าผู้ที่เดินทางมาย่านราชประสงค์ไม่ทุกเดือน (กลุ่มอ้างอิง) ที่ 1.8 เท่า และ 1.1 เท่า ตามลำดับ

ตารางที่ 8 วิเคราะห์ Binary Logistic Regression ตัวแปรความถี่ในการเดินทางมา

ความถี่ในการเดินทางมา	ขนาดกลุ่ม	การใช้งานทางเท้ายกระดับ				Chi-sq	OR	95% CI for OR	
	ตัวอย่าง	ใช้งาน		ไม่ใช้		p-value		Lower	Upper
		จำนวน	%	จำนวน	%				
รวม	419	231	55.1	188	44.9	0.003			
ไม่ทุกเดือน ^{ref}	96	55	57.3	41	42.7				
1 – 5 ครั้ง/เดือน	150	65	43.3	85	56.7		1.8	1.046 2.943	
6 – 10 ครั้ง/เดือน	31	17	54.8	14	45.2		1.1	0.489 2.495	
มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	130	87	66.9	43	33.1		0.7	0.384 1.143	
อื่น ๆ	12	7	58.3	5	41.7		1.0	0.284 3.235	

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาย่านราชประสงค์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์ในการมาย่านราชประสงค์กับการใช้งานทางเท้ายกระดับ ตามตารางที่ 9 พบว่าวัตถุประสงค์ในการมาย่านราชประสงค์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้งานทางเดินเท้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $p = 0.010$) เมื่อพิจารณาโอกาสในการใช้ทางเท้ายกระดับในการสัญจร พบว่าผู้ที่เดินทางเพื่อประสงค์ในการเรียนพิเศษ มีโอกาสเลือกใช้ทางเท้ายกระดับสูงที่สุดมากกว่าผู้ที่เดินทางมาด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเดินชมหรือหาซื้อสินค้าและบริการ (กลุ่มอ้างอิง) ที่ 1.3 เท่า

ตารางที่ 9 วิเคราะห์ Binary Logistic Regression ตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา

วัตถุประสงค์ที่มา	ขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	การใช้งานทางเท้ายกระดับ				Chi-sq	OR	95% CI for OR	
		ใช้งาน		ไม่ใช้		p-value		Lower	Upper
		จำนวน	%	จำนวน	%				
รวม	419	231	55.1	188	44.9	0.010			
เดินดูสินค้า/หาข้อมูล ^{ref}	36	17	47.2	19	52.8				
ซื้อสินค้าและบริการ	78	40	51.3	38	48.7		0.9	0.385 1.874	

ตารางที่ 10 วิเคราะห์ Binary Logistic Regression ตัวแปรวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา (ต่อ)

วัตถุประสงค์ที่มา	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)	การใช้งานทางเท้ายกระดับ				Chi-sq	OR	95% CI for OR	
		ใช้งาน		ไม่ใช้		p-value		Lower	Upper
		จำนวน	%	จำนวน	%				
ทานอาหาร	44	27	61.4	17	38.6		0.6	0.231	1.375
เดินเล่น/นัดเพื่อน/สังสรรค์	148	71	48.0	77	52.0		1.0	0.468	2.013
เรียนพิเศษ	10	4	40.0	6	60.0		1.3	0.323	5.577
อื่น ๆ	103	72	69.9	31	30.1		0.4	0.177	0.839

ข้อคิดเห็นอื่น ๆ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ความคิดเห็นต่อการใช้งานทางเท้ายกระดับ (Skywalk) ในปัจจุบัน สามารถแบ่งเป็นสิ่งที่ชอบและสิ่งที่ไม่ชอบ ตามภาพที่ 5 และภาพที่ 6 ตามลำดับ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. สิ่งที่ชอบ

1.1 เชื่อมต่อห้างร้านค้า ระบบขนส่งสาธารณะ และสถานที่สำคัญ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 37.86

1.2 เดินได้สะดวก ทางเดินสะอาด มีร่มเงา และโครงสร้างพื้นฐานเอื้ออำนวย จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 59.29

1.3 มีจุดพัก ชมวิว และถ่ายรูป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.43

1.4 ไม่มีสิ่งที่ชอบ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.43

2. สิ่งที่ไม่ชอบ

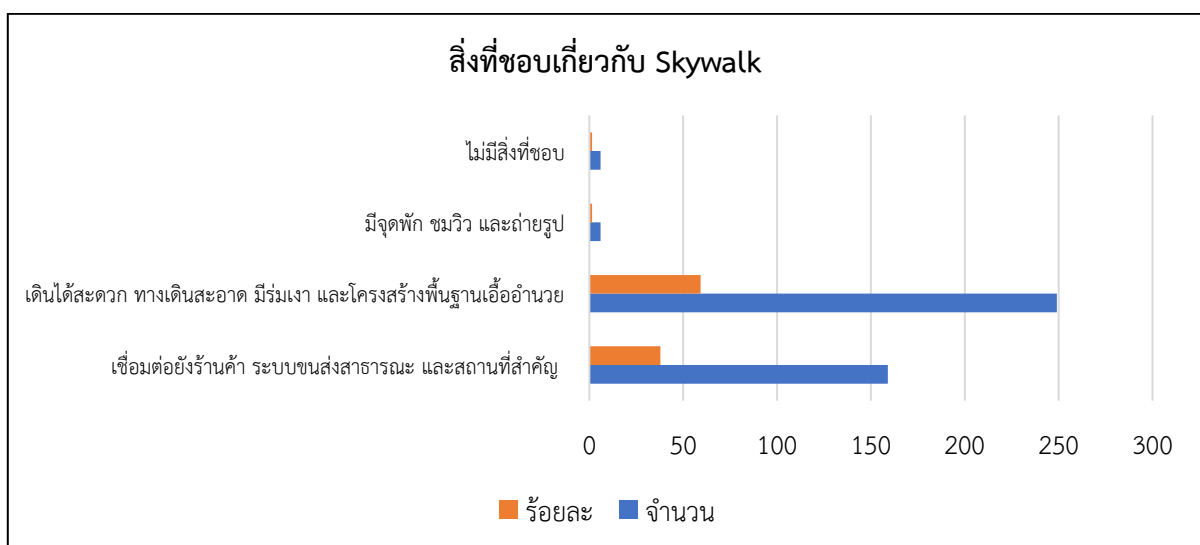
2.1 โครงสร้างพื้นฐานไม่เอื้ออำนวย ไม่เพียงพอ เช่น ลิฟต์ ทางผู้พิการ และเส้นแบ่งทางเดิน เป็นต้น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

2.2 ทางขึ้นลงไม่มีหลังคา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

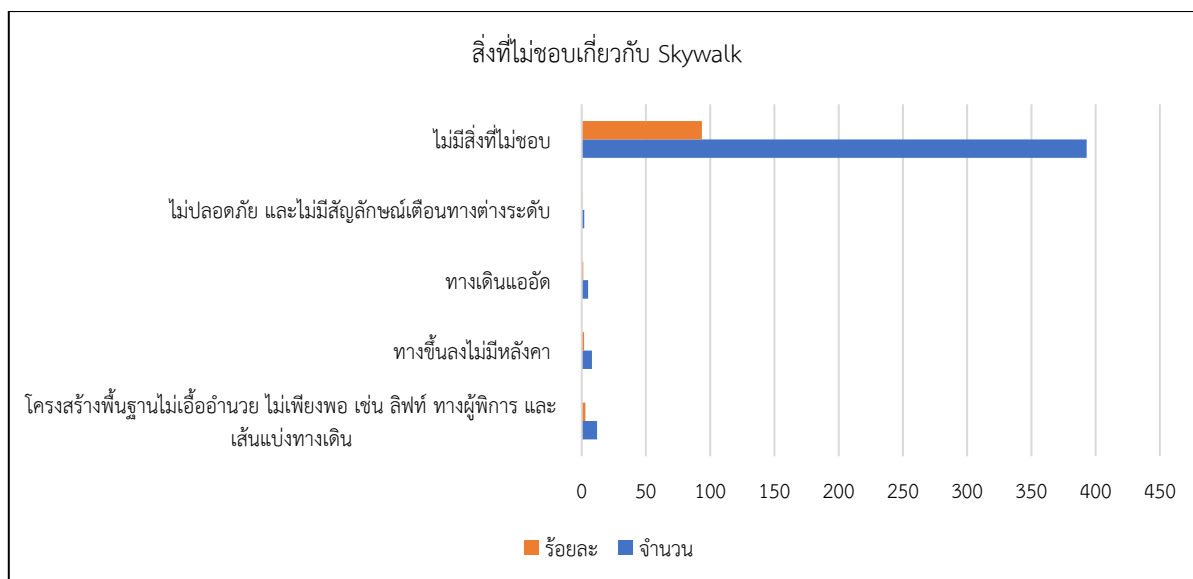
2.3 ทางเดินแออัด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.19

2.4 ไม่ปลอดภัย และไม่มีสัญลักษณ์เตือนทางต่างระดับ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.48

2.5 ไม่มีสิ่งที่ไม่ชอบ จำนวน 393 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.57



ภาพที่ 5 สำนวจความคิดเห็นความชอบ Skywalk



ภาพที่ 6 สํารวจความคิดเห็นความไม่ชอบ Skywalk

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้ตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ จำนวน 3 ประการ คือ 1) สํารวจและวิเคราะห์คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้งานทางเท้ายกระดับ ย่านราชประสงค์ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานทางเท้ายกระดับ และ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาทางเท้ายกระดับ จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจภาคสนามด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกทวิภาค (Binary Logistic Regression) พบตัวแปรหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการเลือกใช้งานทางเท้ายกระดับ ได้แก่ 1) อายุ (Age) 2) รายได้ (Income) 3) ความถี่ในการเดินทางมายังย่านราชประสงค์ (Travel Frequency) และ (4) วัตถุประสงค์ในการมาเยือนราชประสงค์ (Travel Purpose) ในส่วนของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ คือ เพศ และมูลค่าของการซื้อสินค้าและบริการ

กลุ่มคนหนุ่มสาว

กลุ่มคนหนุ่มสาว ช่วงวัย 20 ถึง 30 ปี มีโอกาสที่จะเลือกใช้ทางเท้ายกระดับมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ถึง 1.40 เท่า หรือร้อยละ 140 อาจด้วยข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว พบว่าผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Shashank and Schuurman (2019) และ Dovey (2020)

ระดับรายได้

ด้วยมูลค่าด้านเวลา (Value of time) ที่แตกต่าง ผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง (30,001 ถึง 40,000 บาทต่อเดือน) มีโอกาสเลือกใช้ทางเท้ายกระดับเพื่อความเร็วในการเดินทาง มากกว่าผู้ที่รายได้น้อย (ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน) ที่ 5.1 เท่า หรือร้อยละ 510 พ้องกับผลการศึกษาของ Meyer (2025)

ความถี่ในการมาเยือนราชประสงค์

พบว่าผู้ที่มาเยือนบ่อยหรือมาถี่ มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ทางเท้ายกระดับสูงกว่าผู้ที่มาไม่บ่อยที่ค่าเฉลี่ยประมาณ 1.5 เท่า หรือร้อยละ 150 อาจมีสาเหตุจากความคุ้นชินและรู้จักสถานที่เป็นอย่างดี ตามที่ Wiranata and Dwisusanto (2018) ได้อธิบายเรื่องการรับรู้เส้นทาง (Sense of Direction) ของผู้สัญจร

วัตถุประสงค์ในการมาเยือนราชประสงค์

การศึกษาค้นพบว่าผู้ที่มาเรียนพิเศษในพื้นที่ราชประสงค์และพื้นที่ติดต่อกัลไคย (สยาม) จะมีโอกาสเลือกใช้ทางเท้ายกระดับสูงสุด มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินชมหรือหาซื้อสินค้า

และบริการในย่าน ถึง 1.3 เท่า หรือร้อยละ 130 อาจมีสาเหตุจากเป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งรีบแข่งกับเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่กล่าวไว้ในผลการศึกษาของ Deshais (2018) และ Dovey (2020)

อนึ่ง เพื่อให้ผลการศึกษารื่องปัจจัยส่งเสริมการใช้ทางเท้ายกระดับมีความชัดเจนมากขึ้น การออกแบบการวิจัยในโอกาสต่อไปควรพิจารณาเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) เพื่อเพิ่มอำนาจการทดสอบทางสถิติของแบบจำลองให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาทางเท้ายกระดับย่านราชประสงค์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน จากการศึกษาวิเคราะห์ ประกอบกับการสำรวจภาคสนาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ทางเท้ายกระดับควรส่งเสริมการสัญจรแก่คนทุกเพศและวัย โดยใช้หลักการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Universal Design) จากการศึกษาและสำรวจพบว่าผู้สูงอายุประสบข้อจำกัดในการใช้งานเป็นอันมาก
2. จากผลสำรวจภาคสนามชี้ว่าคนจำนวนมากนิยมทางเท้ายกระดับ โดยส่วนใหญ่ใช้งานเพื่อความเร็วในการเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง การออกแบบทางเท้าจึงควรคำนึงเรื่องมาตรฐานความกว้าง ความปลอดภัย และป้ายสัญลักษณ์บอกทางเพื่อการเดินทางสัญจรเป็นประการสำคัญ
3. เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ทางเดินเท้าควรป้องกันหรือบรรเทาสภาพดินฟ้าอากาศได้ตามสมควร เช่น การมีหลังคาปกคลุมแดดและฝนจากต้นทางไปสู่ปลายทางอย่างเหมาะสม
4. ส่งเสริมการเชื่อมต่อกับร้านค้า ระบบขนส่งสาธารณะ และสถานที่สำคัญ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการสัญจร อีกทั้งเป็นการส่งเสริมแบบแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Economical Complement) เช่น ส่งผ่านปริมาณผู้โดยสารให้กับระบบขนส่งมวลชน และป้อนลูกค้าปริมาณมากให้กับร้านค้าอีกทางหนึ่งด้วย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

เอกสารอ้างอิง

บ้านและสวน. (2560). **Skywalk (The series): ทางเดินลอยฟ้า**. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ประชาชาติธุรกิจ. (2560, 5 ตุลาคม). **แลนด์มาร์กค้าปลีก 5 ย่าน 5 ท่าเล แห่ยึดใจกลางเมือง**.

https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1443973976

Deshais, N. (2018, January 7). **After years of decline, Spokane's skywalks are getting a boost**. The Spokesman-Review. <https://www.spokesman.com/stories/2018/jan/07/once-seen-as-a-bridge-to-the-future-spokanes-skywa>

Dovey, K., & Pafka, E. (2020). What is walkability? The urban DMA. **Urban Studies**, 57(1), 93-108.

Gehl, J. (2010). **Cities for people**. Island Press.

Hijriyah, L., Alias, A., & Mohd Sahabuddin, M. F. (2024). Exploring walkability research trends based on systematic literature review (SLR) by applying PRISMA. **Open House International**, 49(1), 63–121. <https://doi.org/10.1108/OHI-02-2023-0031>

Jacobs, J. (1961). **The death and life of great American cities**. Random House.

- Land & Houses. (2568, 4 กรกฎาคม). อัปเดตโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม MRT สายสีส้ม พร้อมข้อมูลเส้นทาง. Land & Houses. <https://www.lh.co.th/th/blogs/living-tips/orange-line>
- Meyer, S. (2025, May 29). **The future of micromobility: How short, shared rides are disrupting car travel.** The zebra. <https://www.thezebra.com/resources/driving/micromobility>
- Ratchaprasong, W. L. (2025). **Did you know that the R-Walk (Ratchaprasong Walk) is the most convenient way to get around the Ratchaprasong District.** Facebook. <https://www.facebook.com/HeartOfBangkok/posts/ทราบมั้ยคะว่า-r-walk-ratchaprasong-walk-ทางเดินลอยฟ้าสุดอลังการดาวล้านดวง-ได้เนร/1485643464800649/>
- Shashank, A., & Schuurman, N. (2019). Unpacking walkability indices and their inherent assumptions. **Health and Place**, 55, 145-154. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2018.12.005>
- Sommer, R., & Sommer, B. (2002). **A practical guide to behavioral research: Tool and techniques.** Oxford University Press.
- Speck, J. (2012). **Walkable city: How downtown can save America, one step at a time.** North Point Press.
- Sun, G., Webster, C., & Zhang, X. (2021). Connecting the city: A three-dimensional pedestrian network of Hong Kong. **Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science**, 48(1), 60–75. <https://doi.org/10.1177/2399808319847204>
- Wiranata, A. O., & Dwisusanto, Y. B. (2018). Urban skywalk as public space in context of creating urban place. **International Journal of Recent Engineering Research and Development**, 3(5), 171-180.
- Yamane, T. (1973). **Statistic an introductory analysis.** Harper and Row.
- Zacharias, J. (2001). Pedestrian Behavior Pedestrian Behavior and Perception in Urban Walking Environments. **Journal of Planning Literature**, 16(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/08854120122093249>