

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การขนส่งทางอากาศจึงเป็นกิจการสาธารณูปโภคประเภทหนึ่ง ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน วันที่มีผลต่อการประกอบอาชีพของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศ ในระยะแรกเริ่มของธุรกิจสายการบินจะมีลักษณะแบบ Full Services คือ เน้นการบริการเต็มรูปแบบเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร จึงทำให้ราคาค่าโดยสารมีราคาค่อนข้างสูง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2545 รัฐบาลไทยได้มีนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีภายในประเทศ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีสายการบินสามารถเข้าทำการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและบริการ รวมทั้งได้ยกเลิกข้อกำหนดเพดานราคาขั้นต่ำ สายการบินต่างๆ จึงสามารถกำหนดอัตราค่าโดยสารในราคาที่ถูกลงได้ นโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและมีความยืดหยุ่นในการเดินทางสูง ยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะมีความต้องการในการเดินทางติดต่อมากขึ้น ประกอบกับรายได้เฉลี่ยในภูมิภาคนี้ยังไม่สูง เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ในช่วงปี 2011 - 2013 สายการบินต้นทุนต่ำมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 อย่างไรก็ตามธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำมีการแข่งขันที่รุนแรงผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำต่างต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับการแข่งขันที่เกิดขึ้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลายในอุตสาหกรรมการบิน โดยเฉพาะผู้บริหารการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศและศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้โดยสารคนไทยที่เดินทางภายในประเทศโดยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ จำนวน 390 คน ด้วยแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากการสำรavnนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายถึงคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน รวมทั้งการอธิบายพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิสติกส์ □

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ กับการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.26 อายุระหว่าง 15-25 ปีหรือ คิดเป็นร้อยละ 31.03 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 69.49 อาชีพรับราชการหรือทำงานเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 29.23 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.13 แต่ถ้าพิจารณาแยกเป็นแต่ละสายการบินก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินนกแอร์มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจในสัดส่วนที่มากที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 21.79 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 10.77 การทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจในสัดส่วนที่มากที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 16.15 วิธีการสั่งซื้อตั๋วโดยสารทางเว็บไซต์ของทางบริษัท เป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.72 ส่วนผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 85.82 จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำต่อปีคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.97

สำหรับผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยทำการแยกพิจารณาออกเป็นแต่ละสายการบินคือสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านต่างๆทั้ง 7 ด้านในภาพรวม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านพนักงาน ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ และด้านราคา ด้วยค่าเฉลี่ย ดังนี้ 4.30, 4.29, 4.24, 4.19, 4.15, 4.06 4.04 ตามลำดับ ส่วนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย ดังนี้ 4.25, 4.22, 4.18, 4.13, 4.13, 4.05 และ 3.99 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศมีทั้งหมด 9 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีเพียง 1 ปัจจัย ได้แก่ ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ด้านราคามี 2 ปัจจัย ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น และไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ เช่น อาหาร/เครื่องดื่ม ด้านการสื่อสารการตลาดมี 3 ปัจจัย ได้แก่ มีรายการส่งเสริมการขายที่จูง

ใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ และมีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล ด้านพนักงานมี 1 ปัจจัย ได้แก่ พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพมี 2 ปัจจัย ได้แก่ เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ และ ที่นั่งโดยสารกว้างขวางสะอาดและมีความสะดวกสบาย

ผลการเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ใช้ค่า Exp (B) ในการบอกความสำคัญของแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร โดยมีเกณฑ์พิจารณาว่า ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยของสายการบินใดที่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่า Exp (B) สูงกว่า และมีค่ามากกว่า 1 จะหมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่กำลังพิจารณานั้นมีผลกระทบต่อผู้โดยสารในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนั้นมากกว่าอีกสายการบินหนึ่ง พบว่า ค่า Exp(B) ของสายการบินนกแอร์มีค่า สูงกว่าและมีค่ามากกว่า 1 ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ด้านราคา ได้แก่ ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ ด้านการสื่อสารการตลาด ได้แก่ มีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล ด้านพนักงาน ได้แก่ พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ได้แก่ ที่นั่งโดยสารกว้างขวางสะอาดและมีความสะดวกสบาย ในขณะที่ค่า Exp(B) ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีค่า Exp (B) สูงกว่าและมีค่ามากกว่า 1 ใน ด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น ด้านการสื่อสารการตลาด ได้แก่ มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้บริหารการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 2 สายการบินที่ทำการศึกษาคั้งนี้ ควรนำเอาผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 9 ปัจจัยดังกล่าวมาแล้วนั้น ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถสร้างฐานลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มกำไรให้แก่องค์กรและเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดสามารถอยู่รอดได้ภายใต้สถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้นได้ อย่างไรก็ตามทั้ง 9 ปัจจัยนั้นจากการศึกษาเปรียบเทียบแล้วก็พบว่า เกิดความได้เปรียบและเสียเปรียบกันเกิดขึ้นระหว่าง 2 สายการบิน จึงขอเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ความมีชื่อเสียงและการภาพลักษณ์ที่ดี เป็นปัจจัยที่สำคัญ ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาในครั้งนี้ที่สายการบินนกแอร์มีความได้เปรียบสายการบินไทยแอร์เอเชีย ทั้งนี้อาจมาจากเหตุผลที่สายการบินนกแอร์ได้รับอิทธิพลของบริษัทการบินไทยซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ทำให้การสนับสนุนอยู่ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตราผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการ ถือเป็นจุดแข็งเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นสายการบินนกแอร์ควรรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนี้ไว้ต่อไป โดยเน้นที่ความเป็นสายการบินของคนไทยและมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ดี ส่วนสายการบินไทยแอร์เอเชียควรที่จะหันมาให้ความสำคัญการสร้างภาพลักษณ์มากขึ้น พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพในการบริการไปพร้อมๆกันเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสาร
2. ด้านราคา อัตราค่าโดยสารหรือค่าธรรมเนียมที่ถูกถือว่าเป็นกลยุทธ์หลักของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งสายการบินไทยแอร์เอเชียสามารถใช้ความได้เปรียบในปัจจุบันได้ดีกว่าสายการบินนกแอร์ แต่ในขณะที่สายการบินนกแอร์ก็ได้เปรียบในปัจจุบันด้านราคาในประเด็นที่การไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในขณะที่ใช้บริการ เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นถ้าสายการบินนกแอร์สามารถปรับลดอัตราค่าโดยสารหรือค่าธรรมเนียมลงมาได้ โดยอาจจะมีการปรับราคาบ้างเพื่อการส่งเสริมการขายเป็นบางช่วงเวลาโดยเฉพาะช่วงเวลานอกฤดูกาลท่องเที่ยว ก็จะทำให้ผู้โดยสารหันมาสนใจใช้บริการมากขึ้น ในขณะที่สายการบินไทยแอร์เอเชียควรคงไว้ซึ่งนโยบายอัตราค่าโดยสารที่ถูกที่เป็นอยู่ต่อไป แต่ไม่ควรเพิ่มค่าใช้จ่ายใดๆในขณะที่ผู้โดยสารใช้บริการ
3. ด้านการสื่อสารการตลาด สายการบินไทยแอร์เอเชียควรเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ตนมีความได้เปรียบและถือว่ามียุทธพลอย่างยิ่งในการตัดสินใจของผู้โดยสารจากการศึกษาครั้งนี้คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ และการส่งเสริมการขายที่จูงใจ โดยเฉพาะการลดราคาค่าโดยสาร แต่ควรปรับปรุงระบบศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูลให้ดีและมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม ส่วนสายการบินนกแอร์มีความได้เปรียบได้ด้านศูนย์บริการข้อมูล call center ก็สมควรที่จะรักษาระดับมาตรฐานการบริการนี้ไว้แต่เสียเปรียบในเรื่องของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ดังนั้นควรเพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ให้มากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากการที่ผู้บริโภคได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารของธุรกิจใดมากกว่าย่อมมีสิทธิตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่าย ซึ่งในกรณีนี้คู่แข่งอย่างสายการบินไทยแอร์เอเชียมีการใช้สื่อหลักในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางและมีความถี่ค่อนข้างสูง ดังนั้นสายการบินนกแอร์ควรหันมาให้ความสำคัญในเรื่องนี้ให้มากขึ้น นอกจากนี้ควรมีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจบ้าง เช่น การลดราคาค่าโดยสารเป็นครั้งคราว

4. ด้านพนักงาน พนักงานบริการบนเครื่องบินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้โดยสารในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในการศึกษาครั้งนี้สายการบินนกแอร์มีความโดดเด่นอย่างมากในด้านความมีมารยาทและมีความยินดีที่จะให้บริการ ถือว่าเป็นจุดแข็งขององค์กร ดังนั้นสามารถนำมาเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ในขณะที่สายการบินไทยแอร์เอเชียถือว่าเป็นจุดอ่อนในเรื่องนี้เมื่อเทียบกับสายการบินนกแอร์ ดังนั้นจึงสมควรที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนา มารยาทและการบริการของพนักงานบนเครื่องบิน โดยอาจจะมีระบบการประเมินผลความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานจากผู้โดยสาร เพื่อนำผลการประเมินมาพัฒนาเพื่อปรับปรุงต่อไป นอกจากนี้การจัดการฝึกอบรมงานบริการเพื่อทบทวนแก่พนักงานอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่องก็เป็นสิ่งที่จำเป็นด้วยเช่นกัน
5. ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ปัจจัยที่สายการบินต้นทุนต่ำจะต้องให้ความสนใจในด้านนี้คือความทันสมัยของเครื่องบินและอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งาน รวมทั้งที่นั่งของผู้โดยสารต้องกว้างขวางและสะดวกสบาย อย่างไรก็ตามการเน้นในเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางโดยสายการบินก็ควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ดังนั้นทุกสายการบินจะต้องให้ความสำคัญกับเครื่องบินและอุปกรณ์ก่อนเป็นอันดับแรก เพราะเป็นเรื่องความปลอดภัยในการเดินทาง นั่นคือจะต้องมีความพร้อมเสมอเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสาร ถึงแม้การเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำจะเป็นระยะทางที่ใกล้ก็ตาม ซึ่งการให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีความได้เปรียบในเรื่องนี้อยู่แล้วควรรักษามาตรฐานความปลอดภัยของเครื่องบินและอุปกรณ์ให้คงอยู่ต่อไป แต่อาจจะต้องพิจารณาทบทวนในเรื่องของที่นั่งโดยสารที่อาจจะไม่กว้างขวางและสะดวกสบาย รวมทั้งเรื่องความสะดวกด้วยเมื่อเทียบกับสายการบินนกแอร์ที่ทำได้ดีกว่า ในขณะที่สายการบินนกแอร์มีความเสียเปรียบในด้านความทันสมัยของเครื่องบินและอุปกรณ์ ถึงแม้จะได้รับการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากการบินไทยที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ในด้านตัวเครื่องบิน กัปตัน และนักบิน รวมทั้งการซ่อมบำรุง ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับโลกของการบินไทยก็ตาม ดังนั้นหากมีการลงทุนเพิ่มจำนวนเครื่องบินที่มีสมรรถนะที่ดีกว่าและมีความทันสมัยมาทดแทนเครื่องบินที่มีอยู่ในปัจจุบันก็เป็นสิ่งที่ควรจะทำเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ยังขอเสนอแนะแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป คือ ควรขยายประชากรให้ครอบคลุมไปถึงโดยสารที่เป็นคนต่างชาติด้วย เพราะในปัจจุบันจะเห็นว่ามีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเที่ยวตามต่างจังหวัดจำเป็นต้องเดินทางต่อโดยการใช้เครื่องบิน และควรเพิ่มตัวเลือกสายการบินให้รวมไปถึงสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ซึ่งเป็นสายการบินต้นทุนต่ำรายใหม่ ด้วยเพื่อทำการเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้โดยสารให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามสถานการณ์ที่เป็นจริงในปัจจุบันที่มีสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการภายในประเทศ 3 สายการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง จะทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น