

การบินไทยหนุนตลาดกีฬา ผลักดันเจตสิกกระทู้โลก จัด'เวสต์ซีรีส์'แรกรอบ38ปี

กรุงเทพฯ ● นายกิตติพงษ์ สารสมบูรณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาดและสร้างตราผลิตภัณฑ์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า การบินไทยได้เข้าสนับสนุนให้วอลเลย์บอลเวิลด์ - บริษัท เอเชียเนชั่นสปอร์ต แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ผู้จัดทำวีรนาเมนต์เจตสิกเวิลด์คัพ ที่ได้ร่วมมือกับการบินไทยจนประสบความสำเร็จ ขึ้นสู่การเป็นวีรนาเมนต์เจตสิกอันดับที่ 1 ของโลกอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา เดินหน้าต่อยอดผลงาน ทำโครงการเจตสิกเวิลด์ทัวร์ขึ้นเป็นครั้งแรกของโลก ในรอบ 38 ปี ในชื่อ การบินไทย เจตสิกเวิลด์ซีรีส์ 2019

กิจกรรมนี้จะจัดขึ้นเพื่อรวมคะแนนเก็บ 3 สนาม ใน 3 ทวีปหลักของโลก เริ่มจากสนามที่ 1 ซึ่งพร้อมแล้วที่จะจัดการแข่งขันที่ทวีปยุโรป วันที่ 4-7 กรกฎาคม 2562 ณ ประเทศเบลเยียม ก่อนที่จะจัดสนามทวีปอเมริกา ในสนามที่ 2 วันที่ 8-13 ตุลาคม 2562 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา และทุกคนต้องมาชิงชนะเลิศที่ทวีปเอเชีย ในการแข่งขันการบินไทยเจตสิกเวิลด์คัพ วันที่ 3-8 ธันวาคม 2562 ที่ประเทศไทย

กีฬาเจตสิกนั้นได้พัฒนางานการตลาดกีฬาขึ้นสูง จนประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่น คนไทยสร้างวีรนาเมนต์แห่งชาติคู่แข่งทั่วโลกขึ้นเป็นเจ้าของ "World Class Content" แม้แต่สมาคมเจตสิกโลก USBA สหรัฐอเมริกา และ

สมาคมเจตสิกแห่งยุโรปยังยอมอยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์กีฬาของไทย รวมถึงสถานีโทรทัศน์กีฬาระดับโลก ยูโรสปอร์ต ก็เข้าร่วมเป็นพันธมิตรด้วย การบินไทยจึงเล็งเห็นว่าโครงการกีฬานี้ริเริ่มทำงานพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาด้านกีฬาได้อย่างโดดเด่น ซึ่งจะสร้างประโยชน์ให้กับประเทศไทยอย่างมาก

เมื่อเรามีโอกาสที่ดี สร้างคอนเทนต์ในสื่อกีฬาโลก เราจะใช้โอกาสนี้ประชาสัมพันธ์กีฬาการท่องเที่ยวไทย ไปสู่ฐานการรับชม 158 ล้านครัวเรือน หรือกว่า 500 ล้านคน เจาะกลุ่มผู้ชมกีฬาในทวีปยุโรป ซึ่งจัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงพร้อมกับดึงเป้าดึงดูดทีมแข่งทั่วโลกมาร่วมการแข่งขันการบินไทยเจตสิกเวิลด์คัพ 2019 ที่ประเทศไทยปีนี้ประมาณ 3,000 คน และทราบว่าภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทยโดยท่านผู้ว่าการฯ ดร.ก้องศักดิ์ ยอดมณี ก็กำลังติดตามความก้าวหน้าของโครงการนี้ สำหรับการบินไทยในฐานะสายการบินแห่งชาติ มองว่ากีฬาเจตสิกมีแนวคิด "สตาร์ทอัพ" การตลาดกีฬาขึ้นสูง รูปแบบใหม่ จากกีฬาเล็กๆ ที่มีคอนเทนต์ระดับโลกของตัวเอง เชื่อมั่นว่าต่อไปจะเติบโตผ่านช่องทางสื่อ มีแฟนกีฬาทั่วโลกระดับกีฬาใหญ่นับ 1,000 ล้านคนได้อย่างรวดเร็ว เป็นประโยชน์กับประเทศไทยทั้งในด้านการสร้างชื่อเสียงประชาสัมพันธ์ และสร้างรายได้การท่องเที่ยวอย่างมาก".