

การบินไทยหนุนตลาดกีฬา ผลักดันเจ็ตสกีกระหึ่มโลก จัด'เวิลด์ซีรีส์'แรกรอบ38ปี

กรุงเทพฯ ● นายกิตติพงษ์ สารสมบุญ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาดและสร้างตราผลิตภัณฑ์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า การบินไทยได้เข้าสนับสนุนให้วอเตอร์ครอสเวิลด์ - บริษัท เอเชียนมัลติสปอร์ต แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้จัดทำวีรนาเมนต์เจ็ตสกีเวิลด์คัพ ที่ได้ร่วมมือกับการบินไทยจนประสบความสำเร็จ ขึ้นสู่การเป็นทัวร์นาเมนต์เจ็ตสกีอันดับที่ 1 ของโลกอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา เดินหน้าต่อยอดผลงาน ทำโครงการเจ็ตสกีเวิลด์ทัวร์ขึ้นเป็นครั้งแรกของโลก ในรอบ 38 ปี ในชื่อการบินไทย เจ็ตสกีเวิลด์ซีรีส์ 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 ในการแข่งขันการบินไทยเจ็ตสกีเวิลด์คัพ วันที่ 3-8 ธันวาคม 2562 ที่ประเทศไทย

กีฬาเจ็ตสกีนั้นได้พัฒนางานการตลาดกีฬาขึ้นสูง จนประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่น คนไทยสร้างทัวร์นาเมนต์แข่งขันคู่แข่งทั่วโลกขึ้นเป็นเจ้าของ "World Class Content" แม้แต่สมาคมเจ็ตสกีโลก USBA สหรัฐอเมริกา และ

สมาคมเจ็ตสกีแห่งยุโรปยังยอมอยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์กีฬาของไทย รวมถึงสถานีโทรทัศน์กีฬาระดับโลก ยูโรสปอร์ต ก็เข้าร่วมเป็นพันธมิตรด้วย การบินไทยจึงเล็งเห็นว่าโครงการกีฬานี้เริ่มทำงานพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาด้านกีฬาได้อย่างโดดเด่น ซึ่งจะสร้างประโยชน์ให้กับประเทศไทยอย่างมาก

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