

บรรลือสาส์นปรับโฉม ‘มหาสนุก’ มุ่งขยายสู่ Edutainment Brand ครบวงจร



บรรลือสาส์นปรับโฉม ‘มหาสนุก’ มุ่งขยายสู่ Edutainment Brand ครบวงจร

บรรลือสาส์นปรับโฉม ‘มหาสนุก’ สู่การ์ตูน Edutainment เจาะกลุ่มเด็กภายใต้ชื่อ ‘มหาสนุก Happy Learners’ เน้นเสริม Future Skills พร้อมขยายแบรนด์เป็น Edutainment Brand ครบวงจร

นางสาว พิมพ์พิชา อุตสาหจิต กรรมการบริหารกลุ่มบริษัท บันลือกรุ๊ป จำกัด กล่าวถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการ์ตูนมหาสนุกว่า

มหาสนุกรูปแบบใหม่หรือ ‘มหาสนุก Happy Learners’ เป็นแบรนด์การ์ตูนที่ทั้งสนุกและส่งเสริมการเรียนรู้ (Edutainment) โดยเน้นไปที่ทักษะแห่งอนาคต (Future Skills) ที่เหมาะกับเด็กรุ่นใหม่วัยประถม อายุประมาณ 7-12 ปี ทั้งชายและหญิง ภายใต้แนวคิดที่ว่าเด็กๆ ทุกคนสามารถเป็น ‘Happy Learners’ ได้ สอดคล้องกับเทรนด์โลกในอนาคตเรื่องของ ‘การเรียนรู้ตลอดชีวิต’ ซึ่งทำให้ความสุขและความสนุกตลอดเส้นทางการเรียนรู้ของเด็กๆ นั้นมีความสำคัญยิ่งกว่าที่เคย

ซึ่งนอกจากเนื้อหาและรูปแบบแล้ว ตัวรูปเล่มก็มีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับเด็กเช่นกัน ทั้งขนาดเล่มที่ใหญ่เหมาะสมมือขึ้น เนื้อกระดาษอย่างดี และหน้าสีจำนวนมากขึ้น

คอลัมน์โดดเด่นที่ทางทีมงานมหาสนุกได้คัดสรรมาจะเน้นเรื่อง Future Skills ที่ถ่ายทอดผ่านลายเส้นการ์ตูนจากนักวาดชื่อดัง มีทั้งคาแรกเตอร์ที่ทุกคนคุ้นเคย และเรื่องราวคาแรกเตอร์ใหม่เอี่ยม เช่น ‘การ์ตูน ดาต้า เพื่อนฉันไม่ธรรมดา’ ผลงานของ ด่าย ขายหัวเราะ เรื่องราวความป่วนจากเพื่อนใหม่ของบ๊องปอนด์ และนิจา ที่ชวนแก้สารพันปัญหา และอุปสรรคต่างๆ หรือ การ์ตูน ‘เจ้าหญิงดอกไม้กะเด็กชายกล้วยไข่’ จากเฟน สตูดิโอ เรื่องราวภารกิจช่วยเหลือเพื่อนใหม่ที่ถูกคนร้ายลักพาตัวไป โดยสอดแทรกมินิเกมอยู่ในเรื่องราว หรือ ‘โคล่า แสมสเตอร์ยอดนักสืบ’ เรื่องราวการสืบสวนเบาะแสคดีไปกับเจ้าหนูตัวป่วน ที่ส่งเสริมทักษะด้านของจินตนาการ ช่างสังเกต คิดวิเคราะห์ และตัดสินใจ

รวมถึงยังมีคอลัมน์ Future Skills ที่จำเป็นสำหรับเด็กยุคใหม่หลากหลาย เช่น คอลัมน์ ‘แบบนี้ก็มีด้วยในวิชาเรียน’ ที่จัดทำร่วมกับแอป StarDee ที่บอกเคล็ดลับการเรียนวิชาต่างๆ พร้อมเข้าใจว่า แต่ละบทเรียนในวิชาต่างๆ เราเรียนไปทำไม หรือ คอลัมน์ ‘แพลนยัวร์มันนี่กับพี่เจ้านุ่น’ ที่ชวนเรียนรู้เรื่องการออม การลงทุน และการเพิ่มรายได้ตั้งแต่เด็กๆ ไปกับเหล่าแก๊งสัตว์ที่น่ารัก หรือ คอลัมน์ ‘Visual Thinking’ ชวนคิดเป็นภาพ การคิดอย่างเป็นระบบ จินตนาการ และสื่อสารกับผู้อื่น

มหาสนุกเชื่อในพลังของ soft power ซึ่งการ์ตูนและคาแรกเตอร์พิสูจน์แล้วว่า เป็นมิตรกับเด็กๆ เสมอและเป็นสะพานให้เด็กๆ เข้าถึงความรู้อย่างมีความสุข ปัจจุบันผู้ปกครองยุคใหม่ต้องการตัวเลือกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของลูกให้เด็กๆ ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ซึ่งในต่างประเทศมีสื่อการเรียนรู้คุณภาพที่เด็กเข้าถึงได้ง่ายจำนวนมาก มหาสนุกจึงหวังจะเข้ามาเติมเต็มให้เด็กไทยได้เรียนรู้กันอย่างมีความสุขเช่นกัน เป็นทั้งเพื่อนของเด็กๆ และได้รับความไว้วางใจจากพ่อแม่และคุณครู ในราคาที่สบายกระเป๋าและหาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป

กรรมการบริหารกลุ่มบริษัท บันลือกรุ๊ปกล่าวต่ออีกว่า นอกจากการปรับรูปแบบหนังสือการ์ตูนแล้ว มหาสนุกยังมุ่งขยายตัวสู่ Edutainment Brand ครบวงจรที่จะมีทั้งนิตยสาร สื่อออนไลน์ซึ่งมีทั้งสื่อสำหรับสื่อสารกับเด็ก และกลุ่มผู้ปกครอง มีผลิตภัณฑ์ หรือเซอร์วิสต่างๆ และ งาน Event ภายใต้แบรนด์มหาสนุก รวมถึงมีการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์แบรนด์ และองค์กรต่างๆ มากขึ้น อย่างเช่นแอปฯ StarDee ที่ส่งเสริมด้านการเรียนรู้วิชาการต่างๆ ของเด็กรุ่นใหม่ด้วย

การ์ตูน ‘มหาสนุก Happy Learners’ วางแผงทุกต้นเดือน และมีสิทธิพิเศษต่างๆ สำหรับผู้สมัครสมาชิก ผู้ปกครอง และเด็กๆ ที่สนใจ สามารถติดตามและสมัครสมาชิกได้ที่

เว็บไซต์ : mahasanook.co

เฟซบุ๊ก : www.facebook.com/mahasanookhappy learners