

สำนักพิมพ์แม็ค ภายใต้ชื่อใหม่ แม็คเ็ดดูเคชั่น เดิน หน้ารุกตลาดการศึกษาครบวงจร เปิดตัวสื่อ iSMART JUZZ เจาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษา เล็งอีก 3 ปีเข้าตลาดหลักทรัพย์



กรุงเทพฯ — 27 พฤศจิกายน 2556 — สำนักพิมพ์แม็ค ผู้นำการให้บริการด้านการศึกษามากว่า 40 ปี ก้าวสู่ยุคดิจิทัล ประกาศรีแบรนด์เป็น แม็คเ็ดดูเคชั่น เดินหน้ารุกตลาดการศึกษาครบวงจร ตอบโจทย์ความต้องการด้านการศึกษาในทุกเวลาและทุกสถานที่ให้กับนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์และผู้ปกครอง ล่าสุดแม็คเ็ดดูเคชั่น เปิดตัวสื่อ iSMART JUZZ นิตยสารแจกฟรีรายแรกและรายเดียวที่มุ่งนำเสนอสาระและบันเทิงตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนนักศึกษา เล็งอีก 3 ปีเข้าตลาดหลักทรัพย์ ระดมทุนขยายธุรกิจสู่การพัฒนา ระบบ Learning Management System ที่ทันสมัยที่สุด ตั้งเป้าโตปีละ 20%



นายคมพิชญ์ พนาสุภน กรรมการบริษัท และทายาทรุ่นที่สองของ บจก. แม็คเ็ดดูเคชั่น เปิดเผยว่า ด้วยเทรนด์การศึกษาที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน ทำให้เรามีสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย จึงได้เปลี่ยนชื่อบริษัทจากสำนักพิมพ์แม็ค เป็น แม็คเ็ดดูเคชั่น พร้อมๆ กับการปรับโฉมของผลิตภัณฑ์ในหมวดต่างๆ ภายใต้แบรนด์แม็คให้มีความทันสมัย สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น ที่สำคัญรูปลักษณ์จะต้องเป็นที่ถูกใจของกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังคงคุณภาพทางการศึกษาไว้เช่นเดิม

ทั้งนี้ แม็ค ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลากว่า 40 ปี โดยเริ่มจากธุรกิจสถาบันกวดวิชาแม็คควบคู่ไปกับการผลิตวารสารและคู่มือประกอบการเรียน ทำให้แม็คเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือสูง เป็นที่ยอมรับของนักเรียน ครู และผู้ปกครองทั่วประเทศ ปัจจุบันแม็คได้ขยายธุรกิจไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายภายใต้คอนเซ็ปต์ Product Ecosystem เช่น หนังสือเรียน, วารสาร, คู่มือเตรียมสอบ, กวดวิชา, สถาบันทดสอบ Pre O-NET และ Pre V-NET, รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา (etvMAC), สื่อการเรียนรู้ในรูปแบบมัลติมีเดีย, interactive e-books ฯลฯ

“วันนี้ แม็คกำลังก้าวเข้าสู่การศึกษาแห่งทศวรรษที่ 21 (21st Century Education) เราต้องการขยายธุรกิจไปสู่การ

ให้บริการด้านการศึกษาที่ครบวงจร (Education Solution Provider) เป็นเพื่อนคู่คิดให้กับนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ และผู้ปกครอง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการด้านการศึกษาในทุกเวลาและสถานที่ เช่น หนังสือเรียนสำหรับการเรียนในโรงเรียนทุกระดับชั้น คู่มือการสอนสำหรับครู นิตยสารให้ความรู้ควบคู่ความบันเทิงสำหรับวัยรุ่น, สื่อมัลติมีเดีย และสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ของทั้งครูและนักเรียน ฯลฯ นอกจากนี้ แม็ค ยังได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัยให้มากขึ้นนอกเหนือจากเรื่องการศึกษาโดยตรง แต่ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเดิม นั่นคือนิตยสารสำหรับวัยรุ่น, เว็บไซต์แห่งการเรียนรู้, รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เป็นต้น” **นายคมพิชญ์** กล่าวเพิ่มเติม

ล่าสุด บริษัทกำลังจะเปิดตัวนิตยสาร iSMART JUZZ ซึ่งเป็นนิตยสารรายปักษ์ สำหรับวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-18 ปี และเป็นนิตยสารแจกฟรีในโรงเรียน สถาบันการศึกษา และแหล่งรวมตัวกันของวัยรุ่น JUZZ เป็นนิตยสารที่นำเสนอในรูปแบบสาระและบันเทิง (Edutainment) โดยฉบับปฐมฤกษ์จะเปิดตัวในกลางเดือนมกราคม 2557

“JUZZ ถือเป็นนิตยสารเล่มแรกภายใต้แบรนด์แม็คที่แจกฟรีเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน นักศึกษาโดยตรง เราจึงมีเงื่อนไขพิเศษในการรับโฆษณา คือ จะไม่มีโฆษณาที่อาจสร้างค่านิยมไม่ถูกต้องแก่เยาวชน นอกจากนี้ JUZZ ยังเป็นนิตยสารที่มีความโดดเด่นมาก กล่าวคือ นิตยสารส่วนใหญ่ในตลาดจะเป็นนิตยสารแฟชั่น ความงาม สำหรับวัยรุ่นผู้หญิง แต่ JUZZ เป็นนิตยสารสำหรับวัยรุ่นทั้งชายและหญิงที่มีทั้งสาระและบันเทิง และเป็นนิตยสารแจกฟรีที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในโรงเรียนโดยตรง ผมหวังว่าเมื่อ JUZZ เปิดตัวไปแล้วจะได้รับเสียงตอบรับที่ดีทั้งจากผู้อ่านและผู้โฆษณา” **นายคมพิชญ์** กล่าวเสริม

สำหรับเป้าหมายในอนาคตของแม็คเ็ดดูเคชั่น นายคมพิชญ์ กล่าวว่า ปัจจุบัน รายได้หลักของบริษัท มาจากการจำหน่ายหนังสือเรียน, วารสาร, คู่มือเตรียมสอบ ฯลฯ ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และดิจิทัล และรายได้จากสถาบันกวดวิชาแม็ค ซึ่งมีทั้งหมด 28 สาขา ในรูปแบบแฟรนไชส์ทั้งหมด

“เราได้วางแผนนำบริษัท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในอีก 3 ปีข้างหน้า เพื่อที่จะระดมทุนในการขยายธุรกิจ เพื่อที่จะไปสู่การมีระบบ Learning Management System ที่ทันสมัยที่สุด เพื่อเสริมจุดแข็งในเรื่องคอนเทนต์ของเรา ซึ่งในการจัดทำระบบนี้ให้ดีต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ทั้งนี้เรามีเป้าหมายในการลงทุนไว้ว่าเราจะเป็นผู้นำในการให้บริการด้านการศึกษาคบวงจร และเติบโตให้ได้ปีละ 20%” **นายคมพิชญ์** กล่าวทิ้งท้าย