

โครงการประกวดการนำเสนอแผนการตลาด “สตาร์ท-อัพ ฟาร์มา”

(Start-Up Pharma)

ที่มาและความสำคัญ

เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เภสัชกรรมการตลาด(ประเทศไทย)และศูนย์ประสานงานการศึกษาเภสัชศาสตร์แห่งประเทศไทย มีเจตนารมณ์ร่วมกันในการพัฒนาศักยภาพวิชาชีพเภสัชกรรมอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพ ในการนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญของสมรรถนะเภสัชกร ด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และสุขภาพเชิงสร้างสรรค์ให้แก่ผู้บริโภคในตลาดที่สามารถสนับสนุนให้ระบบยามีความเข้มแข็งในการดูแลสุขภาพของประชาชนโดยมุ่งเน้น การพัฒนาตั้งแต่การวางรากฐานระดับนักศึกษาเพื่อที่จะเติบโตเป็นเภสัชกรที่มีความสามารถต่อไป จึงมีคำริ่วมกันจัดให้มีกิจกรรมการแสดงความสามารถของนักศึกษา เภสัชศาสตร์ การใช้ทักษะการสื่อสารทางวิชาชีพ การวิเคราะห์บริบทสภาพแวดล้อมและการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอผลงานด้านเภสัชกรรมการตลาดให้เป็นที่ยอมรับ ของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญ

วัตถุประสงค์

1. เเวทีในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมและแผนการตลาดของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ทั่วประเทศ
2. เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และทักษะด้านการตลาด พร้อมต่อยอดผลิตภัณฑ์สำหรับการทำธุรกิจจริง
3. เสริมสร้างพันธมิตรและพัฒนาเครือข่าย ระหว่างคณะเภสัชศาสตร์สมาคมและอุตสาหกรรมยา

กลุ่มเป้าหมาย: นิสิตนักศึกษาหลักสูตรเภสัชศาสตรบัณฑิต จากทุกมหาวิทยาลัยทุกชั้นปี (ทีมละ 2-5 คน สามารถละชั้นปี และมหาวิทยาลัยได้)

หมายเหตุ: คณะอื่นๆและบุคคลภายนอกสามารถเป็นผู้ให้การสนับสนุนหรือให้คำปรึกษาต่อทีมผู้เข้าร่วมแข่งขันได้

ระยะเวลาดำเนินโครงการ: 24 กันยายน 2564 - 15 มกราคม 2565

ผลิตภัณฑ์สำหรับส่งเข้าประกวด: ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ (Healthcare products)

เช่น นวัตกรรมทางด้านสุขภาพ (Health Innovation), ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (Dietary Supplement Product), เวชสำอาง (Cosmetics), สมุนไพร (Herbal Products), เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ (Health Technology), ช่องทางบริการทางด้านสุขภาพ (Health Services), สารอาหาร (Nutrition), เครื่องมือทางการแพทย์ (Medical devices) หรือทางออกเพื่อสุขภาพอื่น ๆ (Healthcare solution) เป็นต้น ยกเว้น ยา (Medicine)

รูปแบบการแข่งขัน

1. รอบที่ 1: Online Audition

รูปแบบการนำเสนอ:

- 1) คลิปวิดีโอความยาว 5 นาที ประกอบไปด้วย (50%)
 - Introduction
 - Marketing Plan
 - Product Strengths & Benefits (จุดเด่น/ประโยชน์)
 - Further Development/Product Development Strategy (แนวทางการต่อยอดในอนาคต)
 - Product/Service information: รายละเอียด
- 2) Executive Summary (marketing plan) ความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ ประกอบไปด้วย (20%)
 - Problem & Opportunity ปัญหา/โอกาส – ชี้ให้เห็นถึงปัญหา/โอกาสที่เกิดขึ้นให้ชัดเจน และบอกว่าธุรกิจของเราจะส่งมอบคุณค่า (Value Proposition) ได้อย่างไรกับลูกค้า

- Solutions (วิธีแก้ไขปัญหา) – คุณกำลังแก้ไขปัญหานี้อย่างไร หรือคว้าโอกาสนี้อย่างไร
- Business Model โมเดลธุรกิจ – ใครคือลูกค้า? มีวิธีดำเนินการอย่างไร?
- Product Strengths & Benefits (จุดเด่น/ประโยชน์) – อะไรที่ทำให้ Product/Service ของคุณพิเศษ
- Marketing & Sale Strategies กลยุทธ์การตลาดและการขาย – กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของคุณเป็นอย่างไร
- What makes you better than your competitors? What are your predominant strengths compared to competitors? /Competitive advantage- คุณกำลังแข่งขันกับใคร ? อะไรที่คุณทำได้แต่พวกเขาทำไม่ได้

3) Product/Service information: ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ ไม่เกิน 1 หน้า (30%)

- Creativity มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจ
- Feasibility (พื้นฐานของความเป็นไปได้)
- Social Benefits ผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์กับสังคม

2. รอบที่ 2: Live Streaming (Close Section) - ผู้เข้าร่วม 10 ทีม x Mentor 5 คน

- รอบเช้า กิจกรรมการนำเสนอแผนการตลาดที่ตอบสนองต่อ Pain points และ Unmet needs /การตัดสินใจ: โดยทำการสุ่มเพื่อจับคู่ในการแข่งขัน โดยกรรมการทำการคัดเลือก 1 ทีมจาก 1 คู่การแข่งขัน
- รอบบ่าย กิจกรรมประกาศผู้ผ่านเข้ารอบ 5 ทีม

* มีการเข้าไป observe ตอน coaching โดยทีมงานจะนัดเวลากับแต่ละทีมไว้ ขอ observe 20 นาที/ทีม เฉพาะเนื้อหาที่ทางทีมให้เผยแพร่ได้

3. รอบที่ 3: Live Streaming (Open Section) - ผู้เข้าร่วม 5 ทีม

- เป็นการพัฒนาแผนการตลาดให้ต่อยอดได้ โดยคำนึงถึงการต่อยอดและสามารถใช้ได้ในชีวิตจริง
- นำเสนอรูปแบบ Pitching presentation 7 mins จากนั้น ถามตอบกับคณะกรรมการ 5 mins

รางวัล	ทีมชนะเลิศ	ได้รับเงินรางวัล จำนวน 30,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
	ทีมรองชนะเลิศอันดับ 1	ได้รับเงินรางวัล จำนวน 20,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
	ทีมรองชนะเลิศอันดับ 2	ได้รับเงินรางวัล จำนวน 5,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
	รางวัลชมเชย 4,5	ได้รับเงินรางวัล จำนวน 2,500 บาท พร้อมเกียรติบัตร
	เกียรติบัตร 6-10 เข้ารอบ 10 ทีมสุดท้าย	
	*รางวัล popular vote	สำหรับทีมที่ได้รับคะแนน vote จากผู้เข้าชมที่มากที่สุด ได้รับเงินรางวัล จำนวน 10,000 บาท พร้อมเกียรติบัตร
	*รางวัล lucky draw	สำหรับผู้ชมทางบ้าน (5 รางวัล)

คณะกรรมการ (จำนวน 5 ท่าน)

- สมาคมเภสัชกรรมการตลาด (Marketing Pharmacy Association Thailand; MPAT) - 2 ท่าน
- ตัวแทนจากสมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ PReMA-1 ท่าน
- เภสัชกรรมสมาคม-1 ท่าน
- นักการตลาด (Start-Up Specialist) ที่อยู่ภายนอกวงการเภสัชกรรม-1 ท่าน

ผู้สนับสนุน (Sponsors)

- เกษัชกรสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
- ศูนย์ประสานงานการศึกษาเภสัชศาสตร์แห่งประเทศไทย (ศ.ศ.ภ.ท.)
- สมาคมเภสัชกรรมการตลาด (ประเทศไทย) (The Marketing Pharmacy Association of Thailand; MPAT)
- สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (Marketing Association of Thailand; MAT)
- สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufacturers Association; PRoMA)
- สมาคมเภสัชกรอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) (Thai Industrial Pharmacist Association; TIPA)
- สหพันธ์บัณฑิตนักศึกษเภสัชศาสตร์แห่งประเทศไทย (Pharmacy Student Association of Thailand; PSAT)
- Thai Young Pharmacist Grow (Thai YPGrow)

วันและระยะเวลาในการแข่งขัน

ระยะเวลาการสมัครเข้าร่วมโครงการ : 24 กันยายน -20 ตุลาคม 2564

ประกาศผลการตัดสินรอบแรก : 30 ตุลาคม 2564 9.00-12.00น. คณะกรรมการประกาศผล10ทีม ที่เข้ารอบ พร้อมประกาศรายชื่อ mentor กับ ทีม(mentor 1 คน คูแเล 2 ทีม)

การแข่งขันรอบที่สอง : 4 ธันวาคม 2564

9.00-12.00 น. : นำเสนอผลงานทั้ง 10 ทีม

13.30-15.00 น. : ประกาศผลทีมเข้ารอบสุดท้าย 5 ทีม

การแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ : 15 มกราคม 2565 ทีมที่เข้ารอบทั้ง 5 ทีม นำเสนอผลงานแผนการตลาดต่อหน้าผู้ประชุมและกรรมการผู้ตัดสินเพื่อพิจารณาผลงาน คณะกรรมการตัดสินและประกาศรางวัล

รายละเอียดการแข่งขัน

1.Round 1 (Product Presentation)

Video clip (50%)

Product 30%

- Ideation: Inspiration & Possibility- pain point (15%)
 - มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจ
 - บนพื้นฐานของความเป็นไปได้
 - ผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์กับสังคม
- Product Presentation (15%)
 - มีความมั่นใจในการนำเสนอและความรู้เกี่ยวกับ Product/Service
 - การนำเสนอที่กระชับ เข้าใจง่าย ตรงประเด็น ครอบคลุม

Marketing 20%

- Overview Marketing Plan (15%)
 - มีแนวคิดสามารถทำได้จริง
 - มีความถูกต้องเหมาะสมของหลักการวางแผนทางการตลาด
 - มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจ บนพื้นฐานของความเป็นไปได้
- Time Bound (5%)
 - นำเสนอภายในเวลา 5 นาที

Executive summary (50%)

Product information 30%

- เนื้อหาของข้อมูล
 - มีความครบถ้วน ที่จำเป็นต่อการทำไปทำ marketing
 - บนพื้นฐานของความเป็นไปได้
- แนวคิดผลิตภัณฑ์
 - ที่มา มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจ
 - ผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์กับสังคม
 - objective core value

Marketing Plan summary 20%

- กลยุทธ์การตลาดและการขายมีความน่าสนใจ
- ข้อมูลครบถ้วนและมีความถูกต้อง
- โมเดลธุรกิจมีความเหมาะสม
- แผนงานสามารถทำได้จริง

2. Round 2 (Marketing Plan)

- Business overview and analysis (20%)
- Marketing Research / insights and rational (10%)
- Marketing Strategy (30%)
- Presentation Skill (20%)
- Q & A (15%)
- Time Bound (5%)

3.Round 3 (Marketing Plan & Development): Public round

- **Developed Marketing Strategy (50%)**
 - Overall Progression (20%): Product, Team, Marketing Plan
 - Possibility (financial projection, forecast) (20%)
 - Future-Exit Plan (10%)
- **Pitching presentation (30%)**
 - การโน้มน้าวใจ (10%)
 - ความเป็นไปได้ สามารถทำได้จริง (10%)
 - นำเสนอได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย (10%)
- Time Bound (5%)
 - นำเสนอภายในเวลา (7 mins)
- Q & A (15%): judge committee (5 mins)

Round 1

Video : Product	Overall score	Remark
Ideation: Inspiration & Possibility- pain point (15 pt)		
มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่	/5	
ผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์กับสังคม	/5	
มีพื้นฐานของความเป็นไปได้	/5	
Product Presentation (15 pt)		
มีความมั่นใจในการนำเสนอ	/5	
มีความรู้เกี่ยวกับ Product/Service	/5	
การนำเสนอที่กระชับ เข้าใจง่าย	/5	
Video : Marketing	Overall score	Remark
Overview Marketing Plan (10 pt)		
มีแนวคิดสามารถทำได้จริง	/5	
มีความถูกต้องเหมาะสมของหลักการวางแผนทางการตลาด	/5	
มีความคิดสร้างสรรค์	/5	
Time Bound (5 pt)		
นำเสนอภายในเวลา 5 นาที	/5	
Product information	Overall score	Remark
เนื้อหาของข้อมูล (15 pt)		
มีความครบถ้วน ที่จำเป็นต่อการทำไปทำ marketing	/10	

บนพื้นฐานของความเป็นไปได้	/5	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (15 pt)		
มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจ	/10	
ผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์กับสังคม	/5	
Marketing Summary (20 pt)	Overall score	Remark
กลยุทธ์การตลาดและการขาย มีความน่าสนใจ	/5	
ข้อมูลครบถ้วนและมีความถูกต้อง	/5	
โมเดลธุรกิจมีความเหมาะสม	/5	
แผนงานสามารถทำได้จริง	/5	
Total	/100	

Round 2**

<p>(Marketing Plan & Development)</p> <p>Public round</p>	<p>Overall score</p>	<p>Remark</p>
<p>Business Overview and Analysis (15 pt)</p>		
<p>วิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>/5</p>	
<p>ความเป็นไปได้ของธุรกิจ</p>	<p>/5</p>	
<p>ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด</p>	<p>/5</p>	
<p>Marketing Research / Insights and Rational (15 pt)</p>		
<p>ข้อมูลมีความครบถ้วน</p>	<p>/5</p>	
<p>ข้อมูลที่ได้มามีความสมเหตุสมผล และเป็นจริง</p>	<p>/5</p>	
<p>ข้อมูลมีความทันสมัย</p>	<p>/5</p>	
<p>Marketing Strategy (30 pt)</p>		
<p>หลักการถูกต้อง</p>	<p>/10</p>	
<p>แนวคิดสามารถนำไปต่อยอดใช้ได้จริง</p>	<p>/10</p>	
<p>เลือกใช้เครื่องมือได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>/10</p>	
<p>Presentation Skill (20 pt)</p>		
<p>เทคนิคการนำเสนอน่าสนใจ ดึงดูดผู้ฟัง</p>	<p>/10</p>	
<p>ผู้นำเสนอมั่นใจ</p>	<p>/5</p>	
<p>สไลด์มีการจัดวางที่เหมาะสม เข้าใจง่าย</p>	<p>/5</p>	
<p>Q & A (15 pt)</p>		
<p>Q&A by judge committee (5 mins)</p>	<p>/15</p>	
<p>Time Bound (5 pt)</p>		

นำเสนอภายในเวลา 15 นาที	/5	
Total	/100	

Round 3

(Marketing Plan & Development) Public round	Overall score	Remark
Developed Marketing Strategy (50 pt)		
Overall Progression Product, Team, Marketing Plan	/20	
Possibility financial projection, forecast	/20	
Future Plan	/10	
Pitching (30 pt)		
ความมั่นใจ	/10	
มีความเป็นไปได้ สามารถทำได้จริง	/10	
นำเสนอได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย	/10	
Time Bound (5 pt)		
นำเสนอภายในเวลา 7 นาที	/5	
Q & A (15 pt)		
Q&A by judge committee (5 mins)	/15	
Total	/100	

GANTT CHART

	Sep		Oct (Final)					Nov (Final)					Dec				
week	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Preparation	Wk 1-5																
1st Promotion & Registration	ศ 24/9		ศ 1/ 10														
Promotion for 2nd round (The Face Mentor)				ศ 9/10	ศ 16/10												
Countdown (Day 7, 5, 3, 2, 1 วันสุดท้าย)						17- 23 /10											
1st Round (ประกาศผู้เข้าแข่ง 10 ทีมพร้อมเมนเทอร์ + บอกล็อกย่อยบ2)								ศ 6/11									
Coaching										14-27/11							
Promotion for 2nd round (video)										ศ 19/11							
Promotion for 2nd round (poster)											ศ 26/11						
2nd Round (live stream)												อ 28/11					
Poster ผู้เข้ารอบ 3 (5ทีม)													ศ 3/12				
Promotion for 3rd round														ศ 10/12			

Final Round (live stream)														11/1 2			
Winner Announce (FB: MPAT)														13/1 2			
Coaching recap video																	