

KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG ĐÓN VẬN HỘI MỚI

NGUYỄN THỊ THÚY
Sinh năm 1968
Tại: Hải phòng





Chủ đề 2

CƠ HỘI PHÁT TRIỂN KINH DOANH CÙNG CARE FOR VIỆT NAM!

1

CƠ HỘI VỚI THỊ TRƯỜNG DINH DƯỠNG MIỄN DỊCH TIỀM NĂNG

1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH KINH TẾ

Kinh tế Thế Giới

Kinh tế Việt Nam

Nhu cầu tìm kiếm việc làm từ Nguồn Nhân Lực đa dạng về **CHẤT VÀ LƯỢNG**

Có thể nói, năm 2023, kinh tế thế giới thiếu hẳn 3 điều kiện "thiên thời, địa lợi, nhân hòa".

- Giảm sút tăng trưởng GDP, thương mại và đầu tư toàn cầu
- Nợ xấu tăng, lạm phát duy trì ở mức cao,...
- Diễn biến căng thẳng các xung đột chính trị
- Thời tiết cực đoan và dịch bệnh diện rộng,...

20.5%

Năm 2023, số **doanh nghiệp phá sản** đã tăng khoảng 20,5% (~**172.600**) so với cùng kỳ năm ngoái.

1,07tr

1,07 triệu người **thất nghiệp trong độ tuổi lao động** trong năm 2023

<https://hanoimoi.vn/2023-buc-tranh-kinh-te-the-gioi-am-dam-654624.html>

Những điểm nhấn kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2023 - Triển vọng năm 2024 (tapchinganhang.gov.vn)
gso.gov.vn

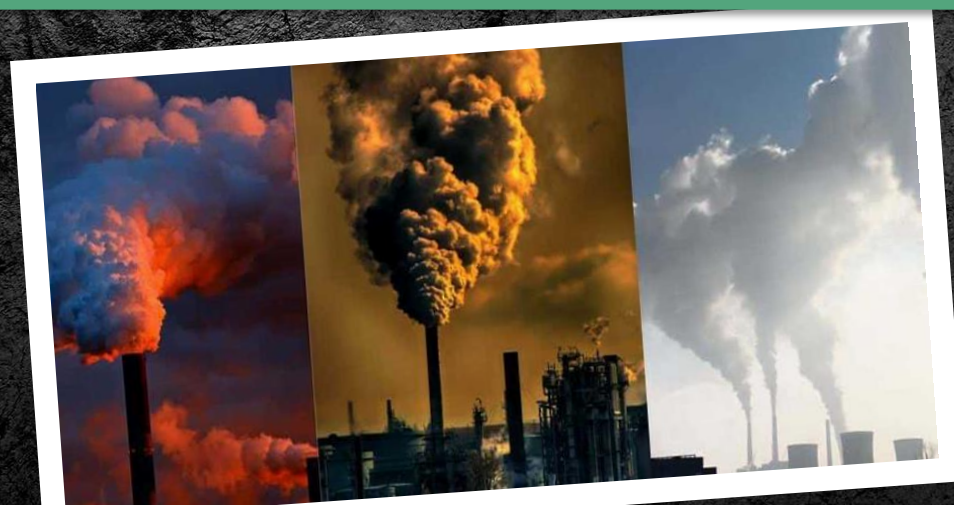


2. HOÀN CẢNH XÃ HỘI

**KHÁNG KHÁNG SINH TẠI VIỆT NAM Ở MỨC BÁO ĐỘNG
ĐẠI DỊCH NGÀY CÀNG NHIỀU, TĂNG MỨC ĐỘ NGHIÊM TRỌNG
THỰC PHẨM BẮN TRÀN LAN**



**Thị trường chăm sóc sức khỏe
NGÀY CÀNG MỞ RỘNG**



3. THỊ TRƯỜNG CHĂM SÓC SỨC KHỎE VIỆT NAM

❖ Thực trạng sức khỏe người dân Việt



Tỷ lệ Người Dân Việt Nam có vấn đề sức khỏe ở mức cao
NHU CẦU CHĂM SÓC SỨC KHỎE RẤT LỚN



3. THỊ TRƯỜNG CHĂM SÓC SỨC KHỎE VIỆT NAM

❖ Nhu cầu sử dụng sữa – sữa non

Sữa là một trong những nhóm tiêu dùng chính

Thị trường sữa non tiếp tục tăng trưởng, đặc biệt

APAC – Tình trạng tiết kiệm của người tiêu dùng
% đáp viên – “Đang làm những điều này thường xuyên hơn”

Hàng hóa & Đồ gia dụng **TIÊU DÙNG NHIỀU HƠN** trong năm nay

Nhóm thực phẩm dinh dưỡng có xu hướng tiêu dùng tăng cao là
THỰC PHẨM DINH DƯỠNG CÓ THÀNH PHẦN TỪ SỮA NON

■ năm 2023 so với cùng kỳ năm ngoái

↑ Trong 12 tháng, phân khúc **sữa non** cho người **cao tuổi** tăng trưởng hơn **2 lần**

Source: Metric, thị trường sữa non, 2023



39%

Đồ gia dụng



33%

Chăm sóc cá nhân/ sắc đẹp

Hàng hóa **TIÊU DÙNG ÍT LẠI/ KHÔNG MUA** nếu tăng giá trong 3 tháng tới



36%

Đồ ăn vặt & Bánh kẹo



34%

Thức uống có cồn

cho % đáp viên mua nhiều hơn

TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG BỔ SUNG SỨC KHỎE MIỄN DỊCH TOÀN CẦU

Khoảng **63,5 tỷ USD**
vào năm 2033

**DINH DƯỠNG MIỄN DỊCH ĐANG
RỘNG MỞ THEO XU THẾ CHUYỂN DỊCH TỰ NHIÊN**



LỐI ĐI KHÁC BIỆT CỦA CARE FOR VIỆT NAM

Tiên phong dẫn đầu trong **NGÀNH DINH DƯỠNG MIỄN DỊCH**



Dinh dưỡng miễn dịch



**TỪ NĂM 2013
ĐẾN NAY**

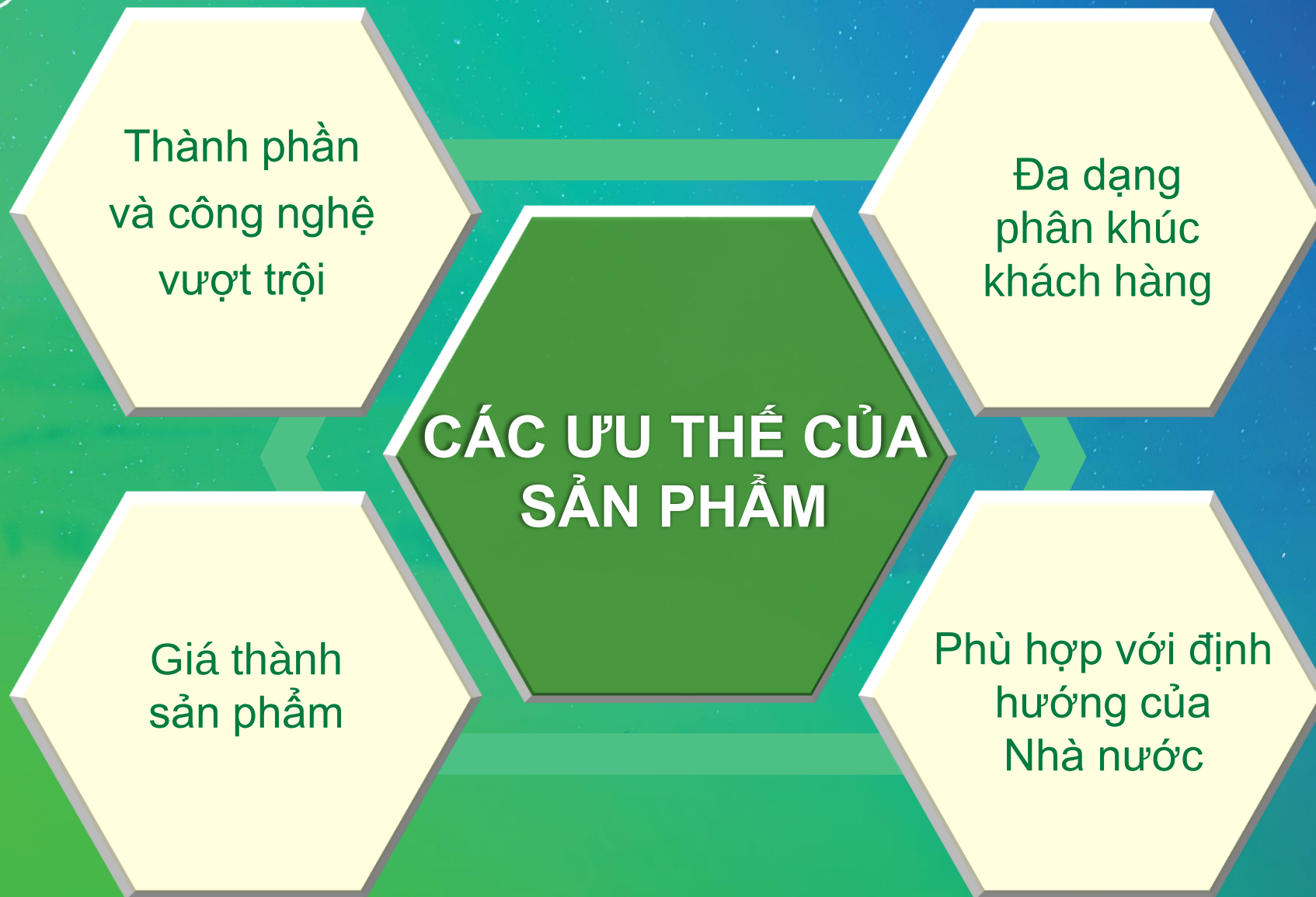


Dinh dưỡng cơ bản vitamin khoáng chất, ...



2

ƯU THẾ SẢN PHẨM VƯỢT TRỘI CỦA CARE FOR VIỆT NAM



2.1

THÀNH PHẦN & CÔNG NGHỆ VƯỢT TRỘI

GIÚP NÂNG CAO SỨC ĐỀ KHÁNG

- Kháng thể IgG từ sữa non 24h
- Vitamin C, E
- Khoáng chất Selen, Zn

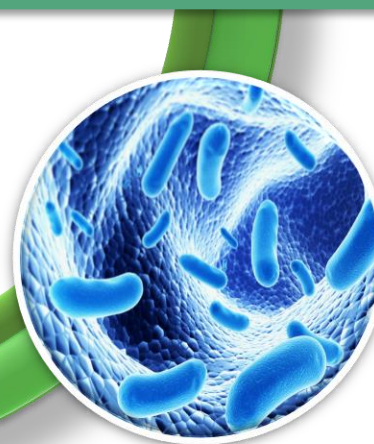
BẢO TOÀN HOẠT TÍNH SINH HỌC VÀ TÓI LƯU

HỖ TRỢ HỆ XƯƠNG

TÍCH HỢP NHIỀU THÀNH PHẦN DINH DƯỠNG ĐÁP ỨNG NHU CẦU CHĂM SÓC SỨC KHOẺ CHỦ ĐỘNG

HỖ TRỢ CHUYỂN HÓA VÀ TRAO ĐỔI CHẤT

- Đa dạng vitamin và khoáng chất thiết yếu cho cơ thể

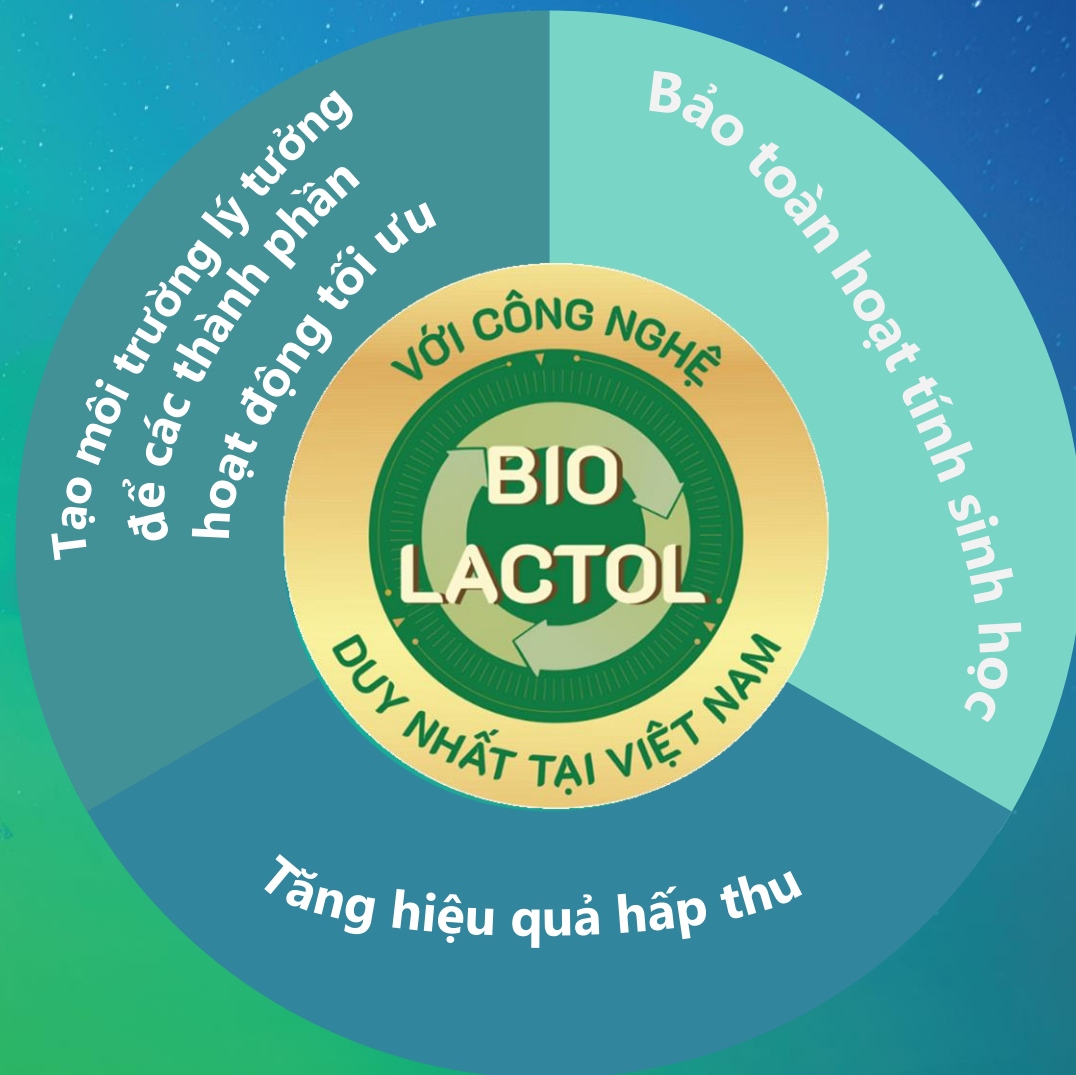


HỖ TRỢ HỆ TIÊU HÓA KHỎE MẠNH

- Lợi khuẩn tiêu hóa
- Chất xơ hòa tan



GRANT JOHN WASHINGTON SMITH
GIÁM ĐỐC KHOA HỌC CAREFORE GLOBAL
Chia sẻ về công nghệ sản phẩm



2.2

**GIÁ SẢN PHẨM PHÂN KHÚC ĐẠI TRÀ,
PHÙ HỢP VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

GIÁ CẢ PHÙ HỢP VỚI BỮA SÁNG CỦA ĐA SỐ NGƯỜI DÙNG



**(*)KHOẢNG
43 NGHÌN ĐỒNG
TRÊN 1 KHẨU PHẦN**

GIÁ TRỊ TRONG 1 KHẨU PHẦN

316mg KHÁNG THỂ IgG TỪ SỮA NON 24H

1.047mg CANXI + **7mcg** VITAMIN D3 + **83mg** MAGIÊ + **53mg** PHOSPHO

8 TỶ ĐV LỢI KHUẨN BIFIDOBACTERIUM &

2g CHẤT XƠ HOÀ TAN INULIN

ĐA DẠNG VITAMIN & KHOÁNG CHẤT

Bổ sung 7mg Kẽm + 4mcg Selen

CÔNG NGHỆ ĐỘC QUYỀN BIOLACTOL™

Bổ sung 42mg Biolactol™

HÀM LƯỢNG ĐẠM, BÉO, ĐƯỜNG THẤP

Chỉ số GI = 30 thuộc nhóm có chỉ số đường huyết thấp (<55)

(Các chuyên gia khuyến cáo người tiểu đường nên sử dụng các thực phẩm có chỉ số GI < 55)

VNĐ

80.000

70.000

60.000

50.000

40.000

30.000

20.000

10.000

0



Bánh mì



Bún/ phở



1 ly COLOS
IgGOLD



1 tô phở/
bún + Cafe



Bò bít tết +
Nước trái cây

20.000

35.000

43.000

55.000

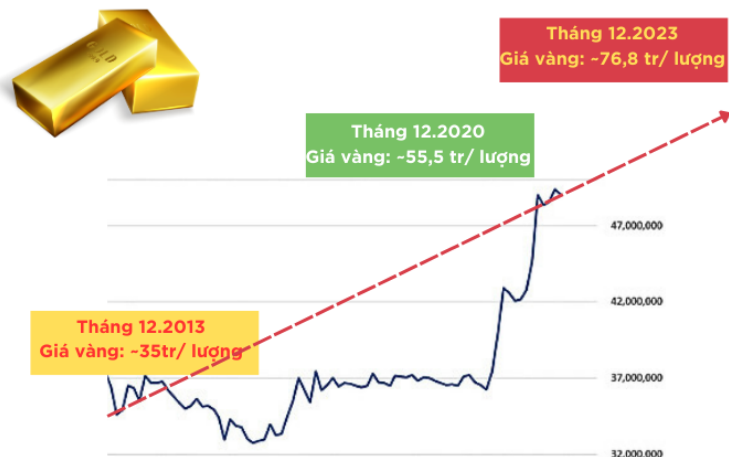
80.000

~ 43 nghìn đồng cho những giá trị dinh dưỡng vượt trội

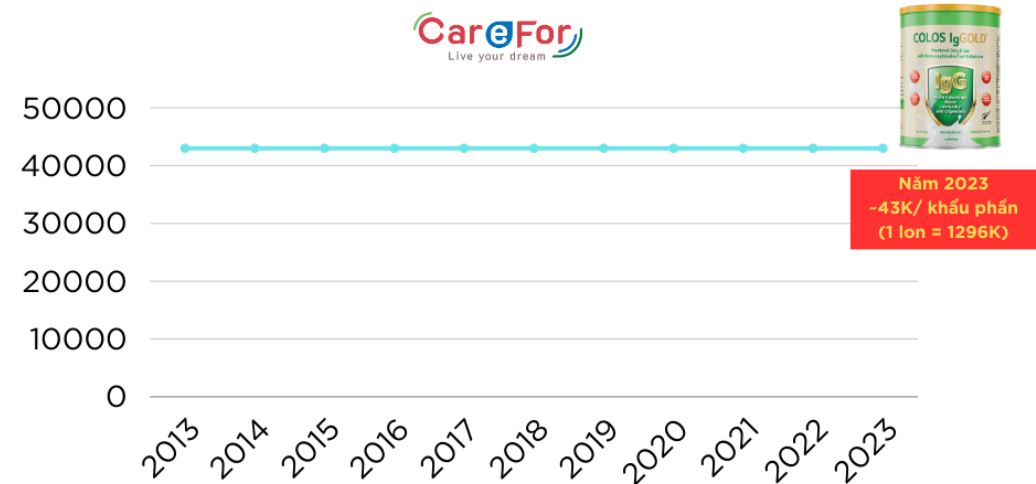
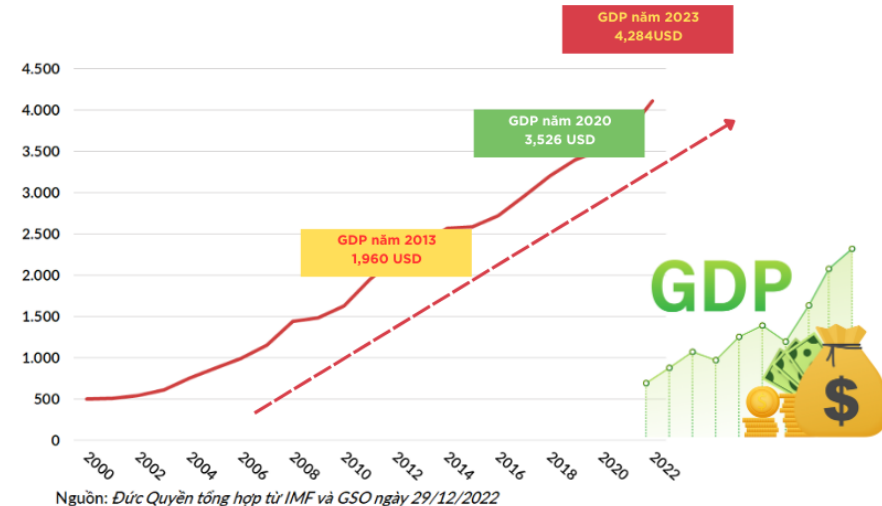
Giá sản phẩm nằm trong khoảng sẵn sàng chi trả
cho đa số người tiêu dùng

GIÁ HÀNG HÓA LẠM PHÁT 10 NĂM *GIÁ SẢN PHẨM KHÔNG ĐỔI*

Giá vàng liên tục tăng từ năm 2013 đến nay



GDP bình quân đầu người của Việt Nam tính theo USD hiện hành



2.3

PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG RỘNG

CẠNH TRANH VỀ *PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG*

Đa dạng theo
nhu cầu
chăm sóc sức khỏe

CHĂM SÓC
SỨC KHỎE
HỆ MIỄN DỊCH

CHĂM SÓC
SỨC KHỎE
XƯƠNG KHỚP

CHĂM SÓC
SỨC KHỎE
HỆ TIÊU HÓA

CHĂM SÓC
DINH DƯỠNG NGƯỜI
ĐÁI THÁO ĐƯỜNG

Rộng theo độ tuổi

Đa dạng đối tượng
Trẻ em 3 tuổi trở lên



MỘT
sản phẩm



ĐA DẠNG
đối tượng

**PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG RỘNG
MANG LẠI LỢI THẾ CẠNH TRANH**

2.4

**PHÙ HỢP VỚI ĐỊNH HƯỚNG
CHĂM SÓC SỨC KHỎE CỦA NHÀ NƯỚC**

CHÍNH SÁCH CỦA NHÀ NƯỚC:



TRUYỀN THÔNG,
BÁO CHÍ



BỆNH VIỆN,
CƠ SỞ Y TẾ



CHÍNH SÁCH
KINH TẾ

NHÀ NƯỚC TẠO ĐIỀU KIỆN THUẬN LỢI CHO SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TRONG LĨNH VỰC CHĂM SÓC SỨC KHOẺ

Đẩy mạnh truyền thông về chăm sóc sức khỏe chủ động qua nhiều phương tiện truyền thông từ thành phố đến nông thôn đến thành thị,....

Đẩy mạnh truyền thông, tư vấn về CSSK chủ động trong các bệnh viện các tuyến, các cơ sở y tế xã phường....

Nhà nước tạo điều kiện cho các sản phẩm có lợi cho sức khỏe và hạn chế các sản phẩm có hại cho sức khỏe (đánh thuế, tăng phí...)



HỘI NGHỊ BCH TRUNG ƯƠNG

Khóa I | Khóa II | Khóa III | Khóa IV | Khóa V | Khóa VI |
Khóa VII | Khóa VIII | Khóa IX | Khóa X | Khóa XI |
Khóa XII | Khóa XIII



Nghị quyết số 20-NQ/TW ngày 25/10/2017, Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới
BẢN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG

Số 20-NQ/TW

HỘI NGHỊ LẦN THỨ SÁU
BAN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG KHOÁ XII
về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc
và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới

Care For Việt Nam phối hợp cùng
Trung tâm truyền thông - Giáo dục sức khỏe trung ương của Bộ Y Tế

VỀ TRUYỀN THÔNG CHĂM SÓC SỨC KHỎE CHỦ ĐỘNG



HỢP TÁC CÙNG CARE FOR VIỆT NAM

**CƠ HỘI KINH DOANH VỚI
TẤT CẢ MỌI NGƯỜI**



Cung cấp sản phẩm (Phân phối,
kho bãi, giao hàng tận nhà...)

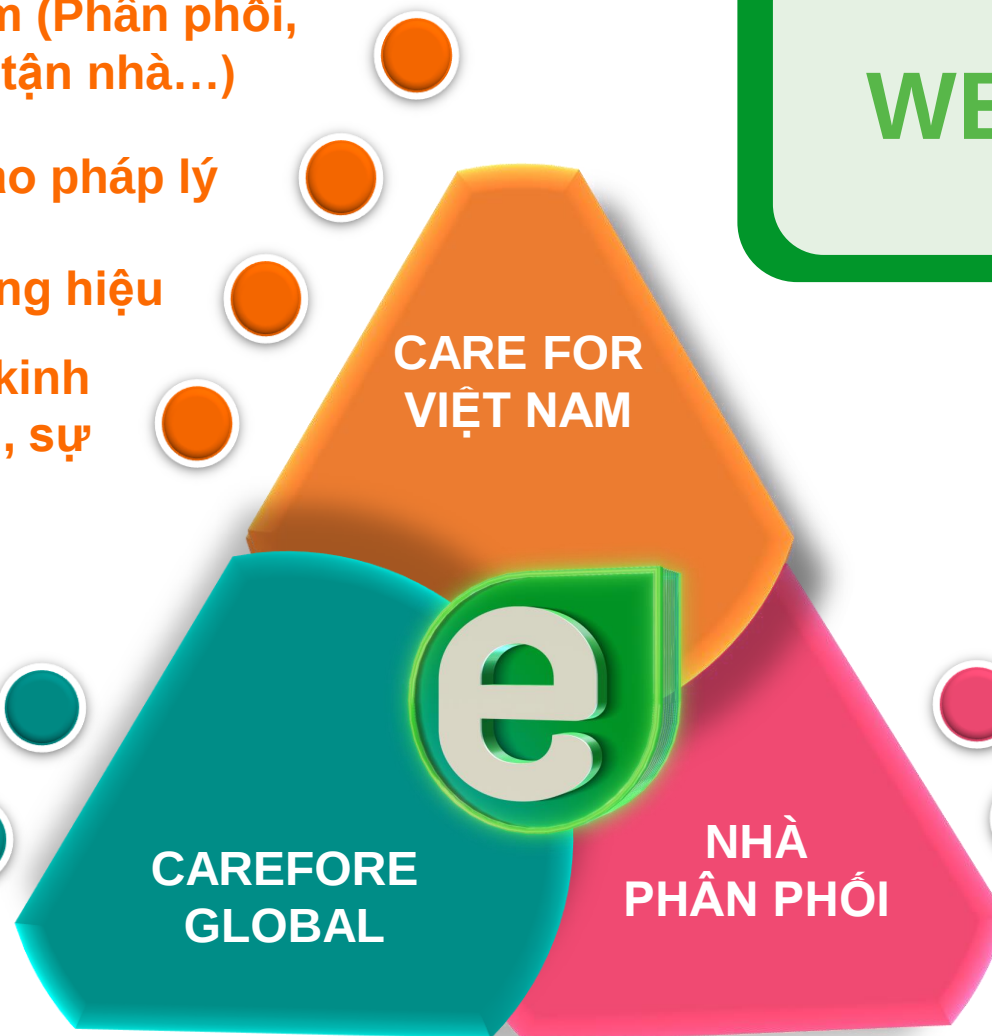
Đảm bảo pháp lý

Xây dựng thương hiệu

Xây dựng hệ thống vận hành kinh
doanh (chính sách trả thưởng, sự
kiện, nhân sự,...)

Viện nghiên cứu khoa học

Sản xuất sản phẩm dinh
dưỡng chăm sóc sức khỏe



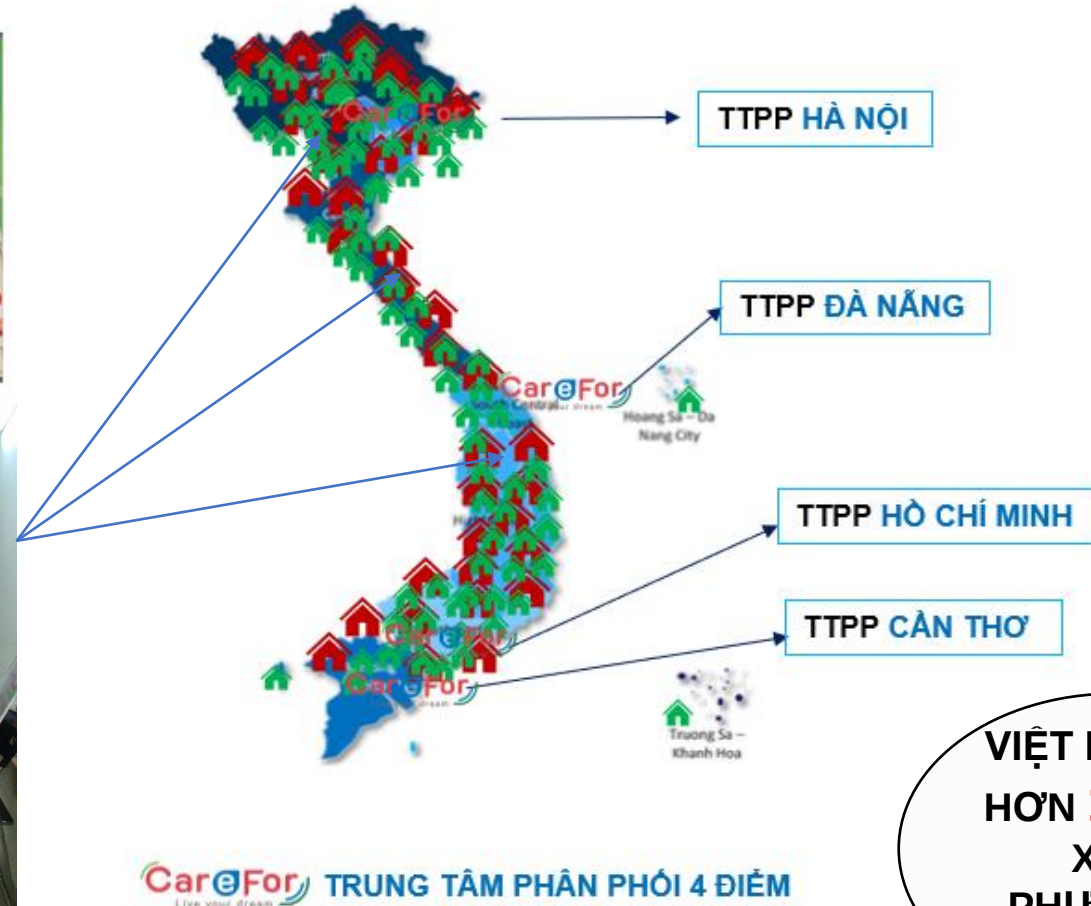
WE ARE ONE

Mở điểm GMP kinh doanh

Chia sẻ sản phẩm, cơ hội
kinh doanh

Chăm sóc, bám sát
hệ thống

XÂY DỰNG HỆ THỐNG CHUỖI CÁC ĐIỂM GMP (điểm sinh hoạt) CỦA **Care For Việt Nam** PHỦ KHẮP CÁC XÃ – PHƯỜNG – THỊ TRẤN

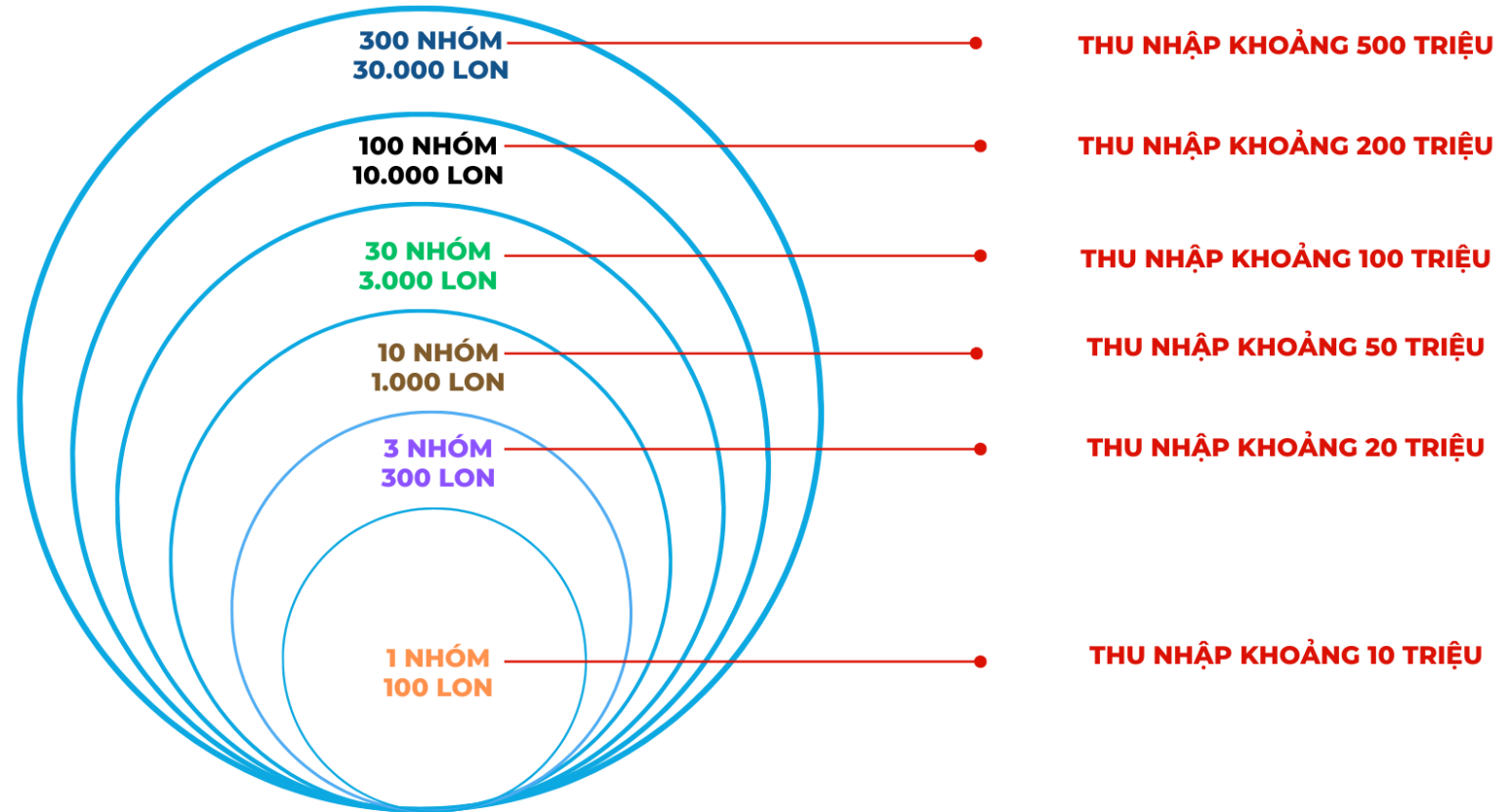


VIỆT NAM CÓ
HƠN **11,000**
XÃ –
PHƯỜNG –
THỊ TRẤN

Mang đến thu nhập kinh doanh **Hấp dẫn – Linh hoạt – Công bằng**



PHÙ HỢP NHIỀU ĐỐI TƯỢNG



CƠ HỘI THU NHẬP KHÔNG GIỚI HẠN

Tổng hoa hồng chi trả cho NPP chiếm đến **40%** theo điều 48 nghị định 40/2018/NĐ-CP

"Thu nhập trên dựa trên giả định tối ưu. Thu nhập thực tế phụ thuộc vào kết quả kinh doanh thực tế. Chi tiết cách tính thu nhập vui lòng tham khảo Kế hoạch trả thưởng"



SỐNG TRỌN ƯỚC MƠ

THANK YOU

