

KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG ĐÓN
VẬN HỘI MỚI





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

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

KINH TẾ

Trung bình mỗi tháng có gần 26.300 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường

Chủ Nhật, 20:41, 06/04/2025

Theo dõi VOV.VN trên Google News Like 17

VOV.VN - Cục Thống kê (Bộ Tài chính) cho biết, trong quý 1/2025, số doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường vẫn ở mức cao. Tổng số doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường trong quý 1/2025 là 78.800, tăng 7% so với cùng kỳ năm ngoái. Trung bình mỗi tháng có gần 26.300 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường.

Theo số liệu vừa được Cục Thống kê (Bộ Tài chính) công bố, trong tháng 3/2025, Việt Nam có hơn 15.600 doanh nghiệp thành lập mới với tổng số vốn đăng ký hơn 126.300 tỷ đồng, tăng 54,2% về số lượng doanh nghiệp, nhưng giảm 7,4% về số vốn đăng ký so với tháng 2/2025. So với cùng kỳ năm trước, số doanh nghiệp thành lập mới tăng 3,4%, nhưng vốn đăng ký giảm 4,7%. Vốn đăng ký bình quân của một doanh nghiệp thành lập mới trong tháng 3/2025 đạt 8,1 tỷ đồng, giảm 39,9% so với tháng trước và giảm 7,8% so với cùng kỳ năm trước.

Bên cạnh đó, trong tháng 3/2025, Việt Nam cũng ghi nhận có hơn 9.100 doanh nghiệp quay trở lại hoạt động, tăng 29,3% so với tháng trước và gần hơn 3 lần so với cùng kỳ năm 2024.

- 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,...

https://vov.vn/kinh-te/trung-binh-moi-thang-co-gan-26300-doanh-nghiep-rut-lui-khoi-thi-truong-post1190128.vov?gidzl=1arN6cCY_7G0MrKOPpdxTW1OLnJyRQnsI0zI7NuW_dOLMb0LT3-hVn9U0a0aQwDvH0yD5cLILvXRPiBuSW



Tăng
7%

Quý I, năm 2025, số doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường đã tăng khoảng 7% (~78.800 DN) so với cùng kỳ năm ngoái.



798,100

798,100 người thiếu việc làm trong 6 tháng đầu năm 2025

<https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/07/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-lao-dong-viec-lam-quy-ii-va-6-thang-dau-nam-2025/>



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



**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

10%

10% dân số mắc các bệnh liên quan đến đường tiêu hóa.

25%

25% người trưởng thành từ 16-65, bị tăng huyết áp (liên quan đến tim mạch)

50%

Bữa ăn của trẻ em Việt Nam mới đáp ứng 50% nhu cầu một số vi chất dinh dưỡng hằng ngày.

3,6 triệu

3,6 triệu người Việt Nam đang mắc chứng loãng xương

7 Triệu

Việt Nam có khoảng 7 triệu người mắc đái tháo đường, hơn 55% bệnh nhân đã biến chứng.

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

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

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



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

Source: Metric, thị trường sữa non, 2023

Đồ gia
dụng

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

QUY MÔ THỊ TRƯỜNG CHĂM SÓC SỨC KHỎE

17,44 tỷ USD
vào năm 2028

Dự kiến sẽ tăng từ
8,89 tỷ USD
vào năm 2023



Trong đó nhu cầu đối với sản phẩm

**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



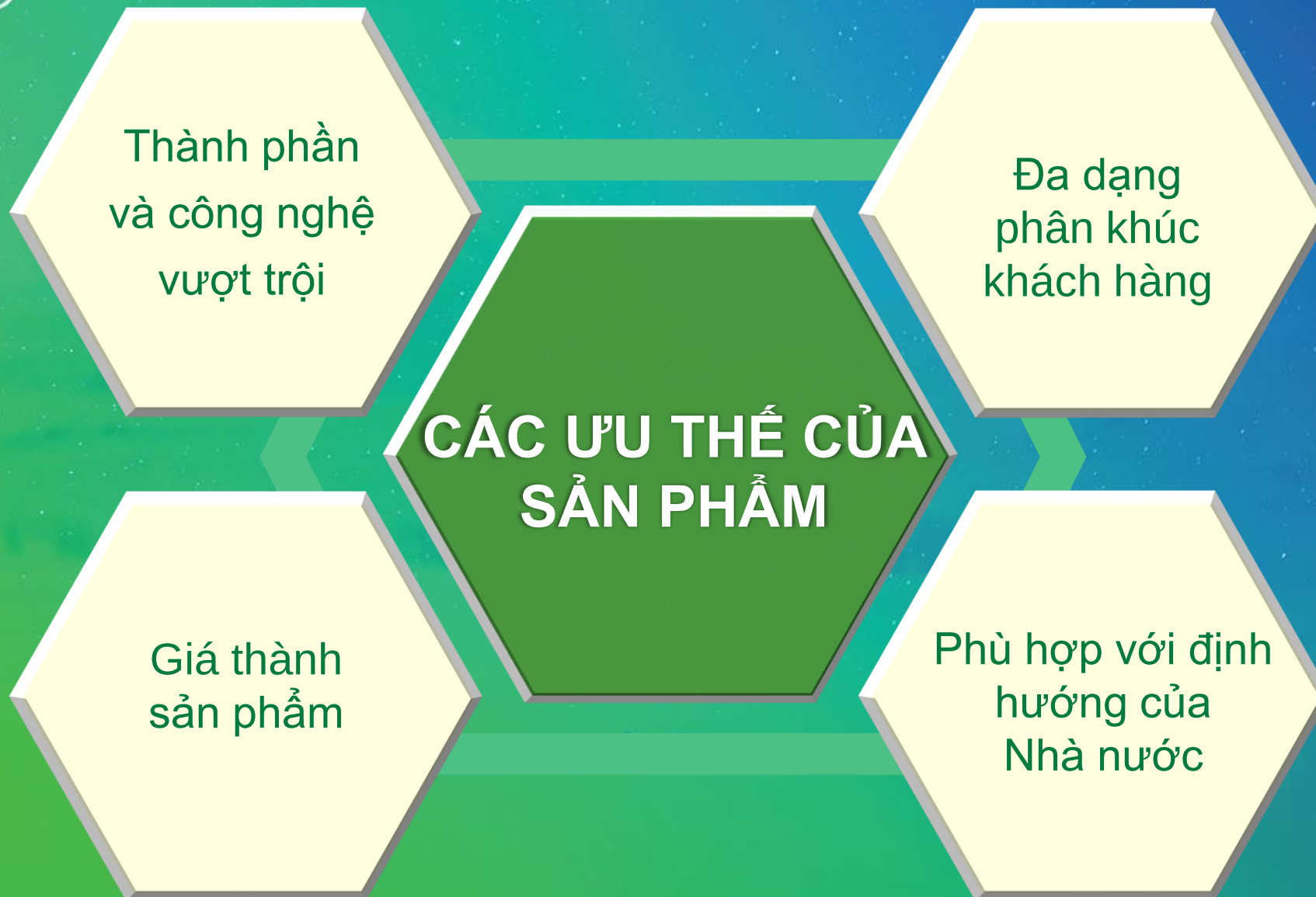
TỪ NĂM 2013 ĐẾN NAY

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

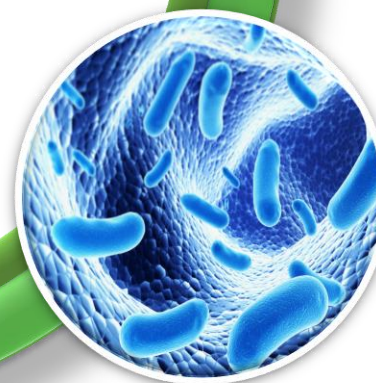
GIÁ TRỊ VƯỢT TRỘI TỪ COLOS IgGOLD™

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



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

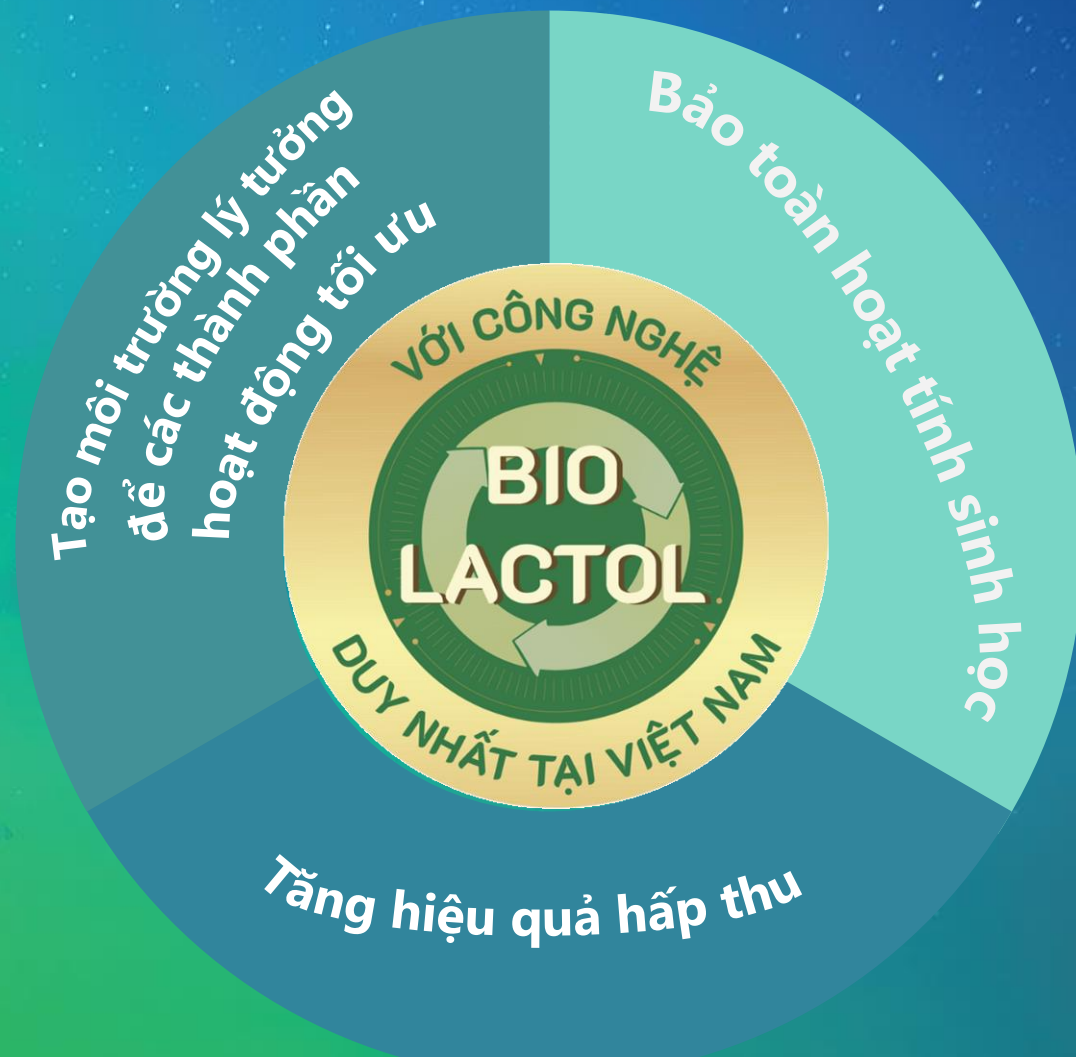
- Đa dạng vitamin và khoáng chất thiết yếu cho cơ thể



- 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

47 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** MAGIE + **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

30.000

70.000

50.000

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



15.000

35.000

47.000

55.000

80.000

~ 47 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

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
HỆ TIÊU HÓA

CHĂM SÓC
SỨC KHỎE
XƯƠNG KHỚP

CHĂM SÓC
DINH DƯỠNG CHO
NGƯỜI TIỂU 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:

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

BAN 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



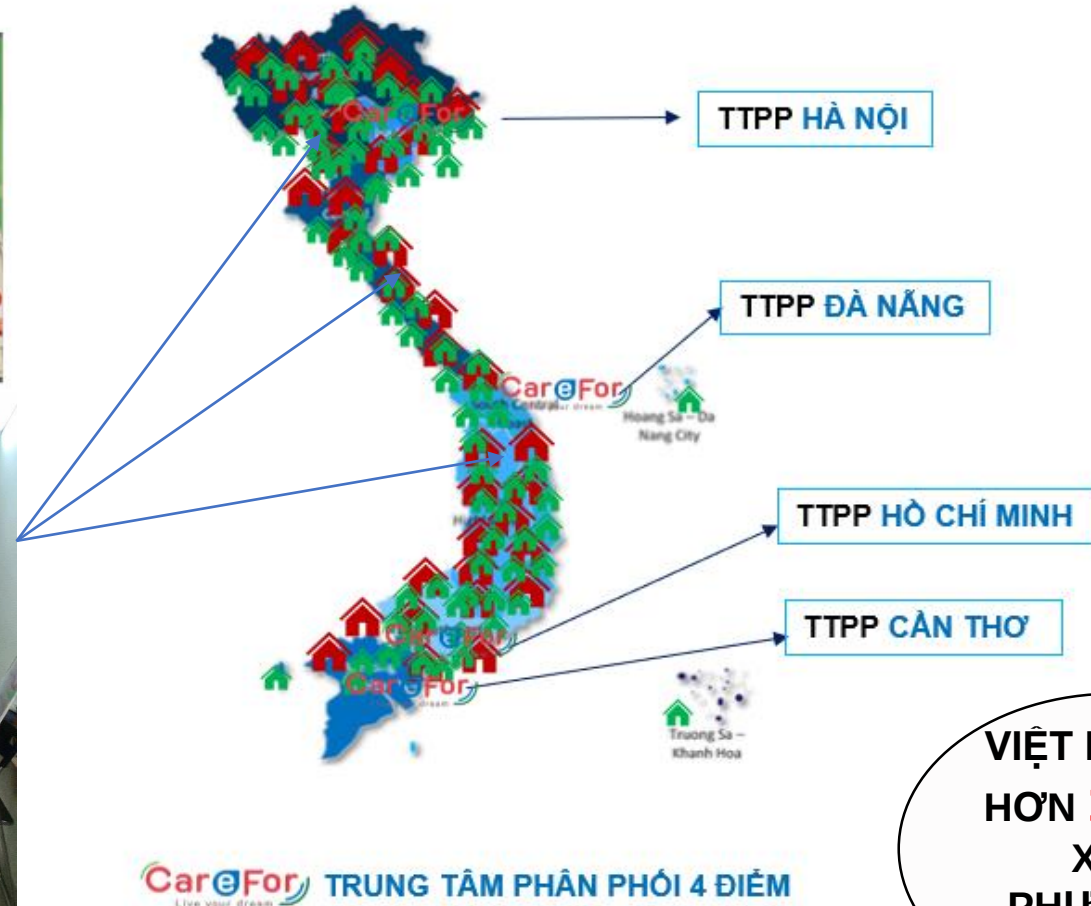
WE ARE ONE

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

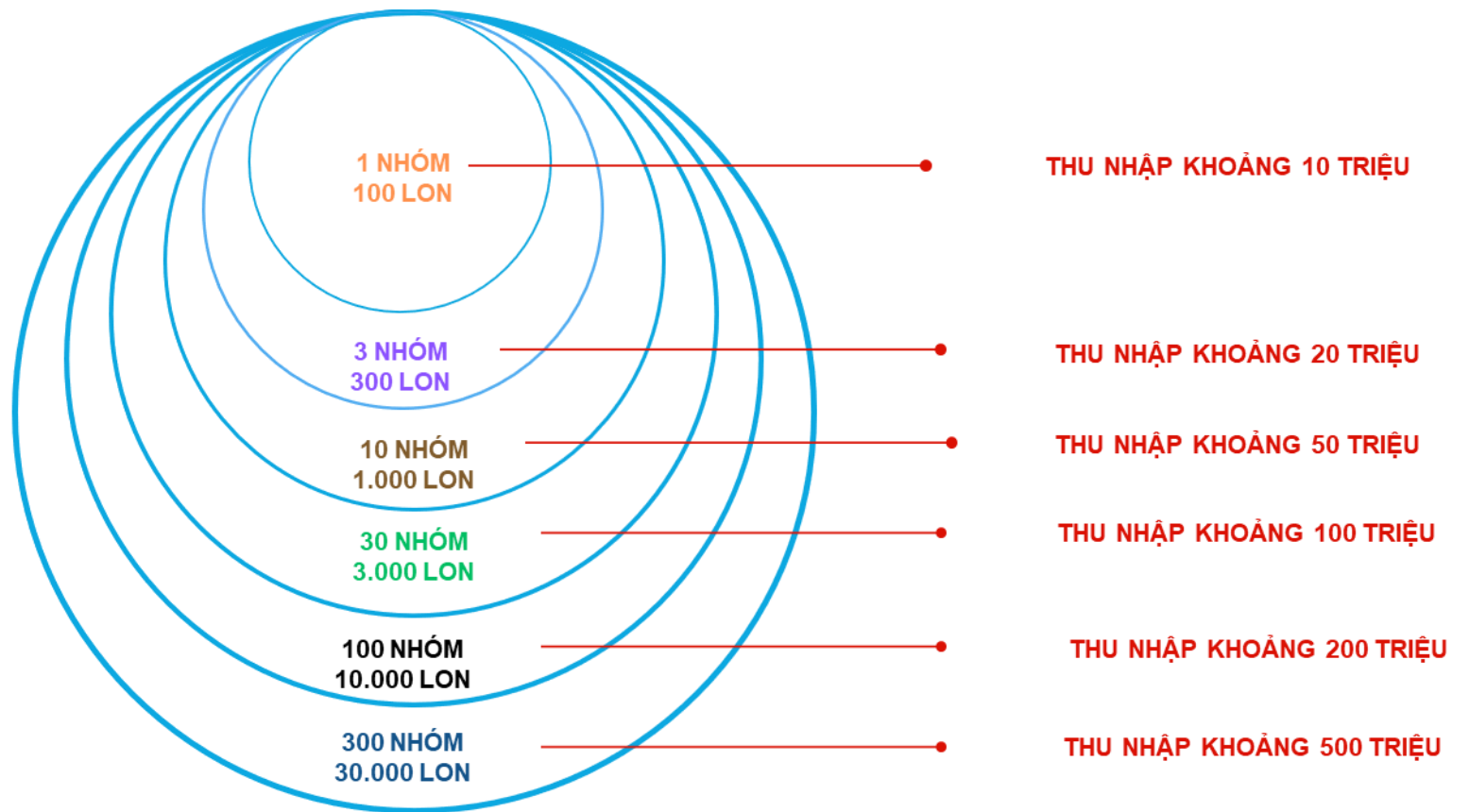


VIỆT NAM CÓ
HƠN **11,000**
XÃ –
PHƯỜNG –
THỊ TRẤN

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"



*HIỆN THỰC CUỘC SỐNG
LÀ DO LỰA CHỌN!*

THANK YOU

