



VB4E
VIETNAM BUSINESS
FOR ENVIRONMENT



BÁO CÁO HỘI THẢO

TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG GIẢM RÁC THẢI NHỰA
TẠI CHUỖI CÁC SIÊU THỊ VÀ CÁC NHÀ BÁN LẺ - TH TRUE MART



Hà Nội, ngày 27 tháng 08 năm 2021



Implemented by



Mục Lục

1. Mục tiêu của hội thảo.....	2
2. Thời gian và địa điểm tổ chức cuộc họp.....	2
3. Thành phần tham dự hội thảo.....	2
4. Chương trình hội thảo	2
Phần 1: Cập nhật một số thông tin về hiện trạng sử dụng túi nylon dùng một lần trong chuỗi siêu thị và mối liên hệ đến sức khoẻ	2
Phần 2: Kế hoạch truyền thông dự án & hành động của doanh nghiệp.....	4
Phần 3: Thảo luận	5
5. Kết thúc hội thảo	8
PHỤ LỤC 1: MỘT SỐ HÌNH ẢNH TRONG HỘI THẢO.....	9
PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CÁ NHÂN ĐƯỢC NHẬN GIẢI THƯỞNG	13

1. Mục tiêu của hội thảo

- Cung cấp cho các nhân viên của TH và TH True Mart thông tin cập nhật về mối liên hệ giữa ô nhiễm rác thải nhựa và sức khỏe, hiện trạng túi nilon dùng một lần tại các siêu thị, từ đó thúc đẩy truyền thông cho các cán bộ nhân viên trong doanh nghiệp về ô nhiễm RTN;
- Lấy ý kiến của TH True Mart về triển khai kế hoạch truyền thông Dự án;
- Đề xuất hoạt động truyền thông của TH True Mart, lồng ghép vào kế hoạch truyền thông chung của Dự án, kết hợp nguồn lực của các bên tham gia như IUCN, VB4E, Quỹ vì tầm vóc Việt (VSF) và ISPONRE.

2. Thời gian và địa điểm tổ chức cuộc họp

Hội thảo được tổ chức theo hình thức trực tuyến vào sáng ngày 27/08/2021.

3. Thành phần tham dự hội thảo

97 đại biểu là đại diện của IUCN; ISPONRE; VB4E; Quỹ vì Tầm vóc Việt; cán bộ, công nhân viên của chuỗi cửa hàng bán lẻ TH-True Mart; cán bộ, nhân viên của tập đoàn TH, trường Đại học Y tế cộng đồng, Mạng lưới sức khỏe One Health, Đại học xây dựng.

4. Chương trình hội thảo

Hội thảo được bắt đầu với 2 đoạn phim ngắn về chương trình quản lý rác thải nhựa trên đảo Cù Lao Chàm và tình trạng ô nhiễm rác thải nhựa trên sông Sài Gòn.

Tiếp đó, bà Nguyễn Thuỳ Anh - cán bộ của IUCN có bài phát biểu khai mạc chương trình hội thảo, giới thiệu ngắn gọn về dự án Suy nghĩ lại về nhựa (Rethinking Plastics), việc thành lập liên minh Doanh nghiệp vì môi trường Việt Nam (VB4E) và mục tiêu, nội dung của hội thảo.

Chương trình hội thảo gồm 3 phần:

Phần 1: Cập nhật một số thông tin về hiện trạng sử dụng túi nylon dùng một lần trong chuỗi siêu thị và mối liên hệ đến sức khỏe

Mở đầu phần 1 là bài trình bày của TS.BS. Phạm Đức Phúc (Đại học Y tế cộng đồng, Điều phối viên của mạng lưới One Health) về mối liên hệ giữa rác thải nhựa và sức khỏe. Bài trình bày của BS. Phạm Đức Phúc có một số điểm đáng chú ý như sau:

- Rác thải nhựa có thể tác động đến hệ miễn dịch, hệ tiêu hoá, hệ thần kinh và hệ sinh sản của con người ở các mức độ khác nhau tùy thuộc vào cách thức tiếp xúc, thời gian phơi nhiễm và sức khỏe nền của con người.
- Hạt vi nhựa có mặt ở hầu hết các nơi (đại dương, muối biển, cá và sinh vật, nước máy, băng ở Nam Cực): trung bình mỗi người nuốt 50 – 120 nghìn hạt vi nhựa mỗi

năm, một số hạt vi nhựa sẽ nằm lại trong cơ thể và gây ra những rủi ro tiềm ẩn về sức khỏe cho con người.

- Vi nhựa là một vấn đề nghiêm trọng vì không thể bị xử lý bởi nhà máy xử lý nước thải, khó phân huỷ, tồn tại lâu trong cơ thể người
- Hiện đã có một số bằng chứng cho thấy mối liên hệ giữa tích tụ hạt vi nhựa trong môi trường với việc gia tăng nguy cơ bị ung thư (ví dụ: một số nghiên cứu trên thế giới cho thấy những người tiếp xúc với styrene tại nơi làm việc có nguy cơ mắc bệnh ung thư mũi cao hơn gấp 5 lần so với bình thường; tại Việt Nam cứ 3,5 phút lại có thêm một người mắc bệnh ung thư và 205 người tử vong vì ung thư do nhiều nguyên nhân khác nhau và rất có thể một trong các nguyên nhân liên quan đến vi nhựa) tuy nhiên các bằng chứng này chưa thực rõ ràng và cần có nhiều bằng chứng khoa học hơn nữa.

Tiếp theo bài trình bày của BS. Phúc là bài trình bày của TS. Hoàng Minh Giang (Đại học Xây dựng Hà Nội, thành viên nhóm nghiên cứu dự án Suy nghĩ lại về nhựa) về hiện trạng sử dụng túi nylon dùng một lần ở các siêu thị Hà Nội, tập trung vào một số vấn đề sau:

- Xu hướng tiêu dùng không bền vững dẫn đến lượng rác thải nhựa dùng một lần ở các đô thị có xu hướng tăng nhanh.
- Trung bình các siêu thị được khảo sát sử dụng 1,454 túi nylon mỗi ngày (tổng lượng túi nylon phát cho khách tại các siêu thị được khảo sát là 200.000 túi/ngày, tương đương với 1 tấn/ngày).
- Chi phí cho việc sử dụng túi nylon tại quầy thu ngân trung bình khoảng 11 triệu/tháng với siêu thị quy mô nhỏ và trung bình (tương đương với 0,2% doanh thu của siêu thị). Chi phí túi nylon của một siêu thị quy mô lớn (3,000 đơn hàng/ngày) chiếm khoảng 900 triệu – 1,2 tỷ đồng/năm (chi phí túi nylon phát miễn phí tại quầy thu ngân chiếm 40-70% chi phí này).
- Lượng túi nylon dùng tại quầy thu ngân khoảng 30-40%, quầy hàng tươi sống 60-70%
- 83% các siêu thị khẳng định đã chuyển sang dùng túi nylon phân hủy sinh học, tuy nhiên, các loại túi này sau khi phân huỷ vẫn để lại các hạt vi nhựa
- Khách hàng có thái độ khá tích cực và ủng hộ việc tiêu dùng bền vững để giảm túi nylon nhưng không phân biệt được loại túi nào có/không ảnh hưởng tới môi trường. 88% khách hàng tận dụng túi nylon nhận từ siêu thị để làm túi đựng rác và không nghĩ đến việc tái sử dụng, tái chế. Cần có lộ trình và giải pháp thay thế cụ thể để hỗ trợ khách hàng giảm thiểu túi nylon.
- Mục tiêu và kế hoạch hành động khả thi nhằm giảm lượng tiêu dùng túi nylon tại các siêu thị đến năm 2025: Giảm 30% lượng túi sử dụng 1 lần, 70-100% túi nylon tại quầy thu ngân được thay thế bằng sản phẩm tái chế, hữu cơ, v.v.

Bài trình bày cuối cùng trong phần 1 là của bà Nguyễn Thị Bích Hiền (cán bộ IUCN) về các giải pháp giảm ô nhiễm rác thải nhựa đối với các siêu thị với các nội dung chính gồm:

- Việt Nam nằm trong top 5 quốc gia gây ô nhiễm rác thải nhựa lớn nhất thế giới.
- Các bước giảm thiểu rác thải nhựa tại các doanh nghiệp/tổ chức: (i) đánh giá hiện trạng quản lý rác thải nhựa để có thông tin cơ sở; (ii) có cán bộ đầu mỗi chuyên trách; (iii) chọn các giải pháp đơn giản, dễ thực hiện; (iv) đưa ra mục tiêu dài hạn, trung hạn, ngắn hạn cụ thể; (v) huy động sự tham gia của nhân viên; (vi) xây dựng các hoạt động cụ thể; (vii) xây dựng cơ chế giám sát (3 tháng, 6 tháng, v.v); (viii) xây dựng lòng tin và (ix) cộng tác với các đối tác.
- Các hoạt động cụ thể giúp giảm thiểu rác thải nhựa: Suy nghĩ lại, Từ chối, Cắt giảm, Tái sử dụng, Tái chế.
- Kinh nghiệm của thế giới trong việc cắt giảm lượng rác thải nhựa tại các siêu thị: (i) cho thuê túi đựng hàng (đặt cọc tiền và nhận túi, khi trả túi sẽ được nhận lại tiền), (ii) ưu tiên kinh doanh sản phẩm có bao bì tái sử dụng/tái chế/phân huỷ được, (iii) trạm refill và hệ thống cân vỏ hộp sản phẩm (tự động trừ cân hộp đựng), (iii) chỉ kinh doanh rau củ không/ít bao bì, và (iv) xem xét loại bỏ sản phẩm có bao bì không cần thiết, công kênh; (v) xem xét, ưu tiên các sản phẩm đậm đặc, chỉ cần thêm nước là có thể hoà tan; (vi) có chỉ dẫn cho khách hàng tới các siêu thị không nhựa gần nhất.

Kết thúc phần 1 là Mini game gồm 10 câu hỏi liên quan đến nội dung bài trình bày của 3 diễn giả. Danh sách 10 người chơi trả lời được số câu hỏi nhiều nhất và được nhận phần thưởng từ ban tổ chức được nêu tại Phụ lục 2.

Phần 2: Kế hoạch truyền thông dự án & hành động của doanh nghiệp

Phần 2 được bắt đầu với bài trình bày của bà Kim Thuý Ngọc (ISPONRE) về chiến lược truyền thông thúc đẩy tái sử dụng để loại bỏ túi nylon dùng một lần tại các chuỗi bán lẻ hướng tới tiêu dùng bền vững. Theo bài trình bày của bà Ngọc:

- Trung bình mỗi siêu thị sử dụng 1.500 túi nylon mỗi ngày (siêu thị lớn có thể sử dụng tới 5.000 túi mỗi ngày) trong đó khu vực thu ngân và quầy hàng tươi sống sử dụng nhiều nhất
- Liên minh bán lẻ giảm túi nylon hiện có 14 đơn vị với 164 chi nhánh tham gia
- Đối tượng truyền thông để giảm túi nylon gồm: các nhà hoạch định chính sách, các nhà bán lẻ, cộng đồng và khách hàng. Mỗi đối tượng được áp dụng một chiến lược/chương trình khác nhau. Với các nhà hoạch định chính sách, dự án chú trọng đến hình thức đối thoại chính sách. Với các nhà bán lẻ, dự án hỗ trợ xây dựng các chiến dịch truyền thông để quảng bá hình ảnh. Đối với công chúng/khách hàng, sử dụng các chiến lược khuyến khích khách hàng tiêu dùng bền vững.

Sau bài trình bày của bà Ngọc là bài trình bày của ông Vũ Xuân Thái – Cán bộ chương trình Quỹ Tầm vóc Việt. Bài trình bày của ông Thái gồm 4 nội dung:

- Giới thiệu về Quỹ tầm Vóc Việt
- Giới thiệu dự án “Thanh niên vì môi trường”
- Giới thiệu về cuộc thi Plastic Talk
- Đề xuất nội dung hợp tác truyền thông: tọa đàm với doanh nghiệp, tổ chức ngày hội môi trường, thúc đẩy truyền thông tại TH True Mart, Mega Market, BigC

Kết thúc phần 2, ông Nguyễn Thế Phương (TH True Mart) trình về các giải pháp giảm rác thải nhựa tại chuỗi cửa hàng TH True Mart. Qua bài trình bày, ông Phương đã giới thiệu:

- Giá trị cốt lõi của tập đoàn TH
- Hệ thống cửa hàng của TH True Mart
- Các sản phẩm thân thiện với môi trường: túi nhựa thân thiện với môi trường, thìa nhựa sinh học thân thiện với môi trường, túi vải canvas, nắp chai TH True Water không màng co.
- Các bước truyền thông để giảm thiểu túi nhựa tại cửa hàng True Mart
- Xây dựng KPI cho nhân viên về việc giảm thiểu túi nhựa tại cửa hàng True Mart

Phần 3: Thảo luận

Các đại biểu tham dự hội thảo được chia thành 4 nhóm thảo luận 4 nội dung:

1. Theo A/C hoạt động nào trong kế hoạch truyền thông của Dự án Liên minh chuỗi siêu thị và bán lẻ giảm RTN phù hợp và khả thi để thực hiện tại chuỗi cửa hàng bán lẻ TH True Mart?
2. Để thực hiện những hoạt động này theo A/C sẽ có những khó khăn gì?
3. A/C cần hỗ trợ gì để thực hiện hoạt động truyền thông này?
4. A/C có đề xuất thêm ý tưởng hay hoạt động truyền thông nào từ phía TH True Mart để thực hiện cam kết đã ký với Dự án không?

Kết quả thảo luận của các nhóm được trình bày trong bảng dưới đây:

Nội dung	Nhóm 1 (Ms. Ngọc)	Nhóm 2 (Mr. Thọ điều hành)	Nhóm 3 (Ms. Bích Hiền)	Nhóm 4 (Ms. Thủy Anh)
Các hoạt động phù hợp và khả thi	<ul style="list-style-type: none"> Bán túi vải canvas để giảm thiểu túi nylon tại cửa hàng Đánh vào KPI của nhân viên bán hàng trong việc tiết kiệm túi nylon Không phát miễn phí mà sẽ tính phí túi nylon 		<ul style="list-style-type: none"> Bán túi vải canvas 	
Các khó khăn	<ul style="list-style-type: none"> Phản ứng tiêu cực của khách hàng (do đang quen được sử dụng miễn phí túi nylon) Không phải khách hàng nào cũng có nhận thức và nhu cầu sử dụng túi vải thay cho túi nylon (thực tế túi vải bán chưa được nhiều) 	<ul style="list-style-type: none"> Một số sản phẩm thân thiện với môi trường của TH khó dùng hơn, khách có thể không thích nên khó thuyết phục họ trong vấn đề tăng tiêu dùng 	<ul style="list-style-type: none"> Phản ứng tiêu cực của khách hàng Nhiều khách hàng không sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm thân thiện với môi trường của TH 	<ul style="list-style-type: none"> Khách hàng đến cửa hàng rải rác, không tập trung, khó thực hiện kế hoạch truyền thông cuối tuần Không nên chiếu các video truyền thông vì khách hàng đến mua nhanh không có thời gian xem Diện tích cửa hàng chật không phù hợp để bày các sản phẩm, standee truyền thông
Đề xuất hỗ trợ thực hiện	<ul style="list-style-type: none"> Xây dựng lộ trình truyền thông cho khách hàng về kế hoạch triển khai giảm thiểu và thu phí túi nylon (ví dụ: lộ trình 3 tháng trước khi thực hiện) Xây dựng chương trình truyền thông cho nhân viên để họ chuyển tải đúng thông điệp đến khách hàng 			<ul style="list-style-type: none"> Đề xuất làm tờ rơi đưa cho khách hàng nhưng việc này lại phát sinh rác thải bởi KH sau khi sử dụng sẽ thải bỏ
Ý tưởng đề xuất thêm	<ul style="list-style-type: none"> Xây dựng thêm các chương trình khuyến mại (tặng túi vải, bán hàng với giá ưu đãi, cộng điểm vào thẻ 		<ul style="list-style-type: none"> Làm việc với các nhà cung cấp để họ giảm lượng nhựa trước 	<ul style="list-style-type: none"> Xây dựng chương trình TOT để cung cấp kiến thức cho các nhân

	<p>thành viên) từ chính các cửa hàng TH True Mart</p> <ul style="list-style-type: none"> • Triển khai chương trình truyền thông vào cuối tuần cho các khách hàng của TH True Mart 		<ul style="list-style-type: none"> • Áp dụng hình thức deposit, khi khách hàng trả lại túi đựng hàng sẽ được trả lại tiền • Chia sẻ bài học thành công của các doanh nghiệp trên fanpage của dự án • Có hoạt động ghi nhận, khuyến khích và vinh danh doanh nghiệp làm tốt nhất về giảm rác thải nhựa 	<p>viên, giúp họ truyền đạt thông tin một cách hiệu quả</p> <ul style="list-style-type: none"> • Đặt bảng countdown về thời gian thực hiện chiến dịch giảm nhựa
--	--	--	--	--

Sau khi thảo luận kết thúc, ông Nguyễn Thế Phương chia sẻ thêm: Tập đoàn TH đã có kế hoạch, chiến lược dài hơi đối với việc thuyết phục khách hàng giảm thiểu lượng phát thải nhựa. Hầu hết các ý tưởng được thảo luận đã được TH đưa vào kế hoạch, tuy nhiên thời gian thực hiện cụ thể phụ thuộc vào kế hoạch tổng thể của cả tập đoàn.

Bà Thuỳ Anh khẳng định: IUCN, ISPONRE, Quỹ tầm vóc Việt luôn sẵn sàng đồng hành với TH True Mart để vượt qua các khó khăn (phản ứng của khách hàng, chi phí triển khai lớn, v.v) để đẩy nhanh tiến độ thực hiện các kế hoạch, chiến lược, hành động cụ thể liên quan đến giảm thiểu rác thải nhựa của tập đoàn. TH True Mart có thể cân nhắc ưu tiên hoạt động đào tạo đối với nhân viên để họ nắm chắc các kiến thức và có hình thức truyền thông phù hợp tới khách hàng trong thời gian sớm nhất. Ngoài ra, TH True Mart có thể cân nhắc ghi nhận các ý kiến đóng góp từ chính các nhân viên thực hiện tại cửa hàng để đưa vào kế hoạch của tập đoàn.

Phản hồi về ý kiến đóng góp của bà Bích Hiền về việc vinh danh các đơn vị làm tốt công tác giảm thiểu rác thải nhựa, bà Kim Thuý Ngọc khẳng định trong thời gian tới dự án sẽ làm việc với Sở Công thương, Sở Tài nguyên Môi trường để xác định hình thức vinh danh, khen thưởng phù hợp để tạo thêm động lực cho các đơn vị tham gia.

Ngoài ra, bà Lê Huyền (True Mart) có đề xuất nên tổ chức các cuộc thi giữa các doanh nghiệp về việc giảm thiểu rác thải nhựa nói chung và túi nylon nói riêng. Bài học kinh nghiệm từ các doanh nghiệp thực hiện tốt nhất sẽ được chia sẻ để tạo ra sân chơi chung cho các doanh nghiệp. Khi các doanh nghiệp thực hiện đồng thời sẽ giúp giảm phản ứng tiêu cực của khách hàng.

Theo bà Thuỳ Anh, Chính phủ đã đưa ra quyết định số 1316, theo đó đến năm 2025, 100% các siêu thị, trung tâm thương mại và chuỗi cửa hàng bán lẻ sẽ sử dụng túi nylon/bao bì thân thiện với môi trường. Các đơn vị tham gia thí điểm thể gặp khó khăn lúc đầu nhưng sẽ là các đơn vị tiên phong. Các bài học từ các đơn vị tiên phong sẽ được sử dụng để nhân rộng mô hình trên quy mô cả nước ở giai đoạn sau.


5. Kết thúc hội thảo

Bà Thuỳ Anh kết luận: IUCN, ISPONRE, dự án Rethinking Plastics luôn đồng hành với TH True Mart.


- Dự án sớm xây dựng chương trình TOT cho cán bộ nhân viên của TH True Mart về ô nhiễm nhựa
- TH True Mart sớm chia sẻ kế hoạch, lộ trình giảm RTN đối với nhà cung cấp để giảm giảm bao bì nhựa không cần thiết, xây dựng kế hoạch truyền thông giảm thiểu phản ứng tiêu cực của khách hàng khi không cung cấp các túi nylon để các bên liên quan kịp thời hỗ trợ

- ISPONRE phối hợp với Sở Công thương để xây dựng kế hoạch lan toả các thực hành tốt nhằm vinh danh các doanh nghiệp đi đầu trong vấn đề giảm thiểu rác thải nhựa nhằm khuyến khích sự tham gia của nhiều doanh nghiệp khác.

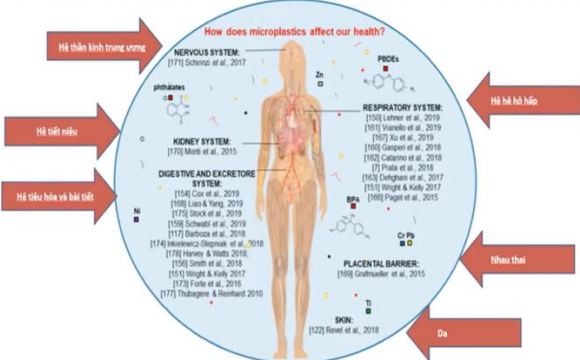
PHỤ LỤC 1: MỘT SỐ HÌNH ẢNH TRONG HỘI THẢO



Institute of Environmental Health and Sustainable Development



USAID
TỔNG NHÃN DÂN MỸ



How does microplastics affect our health?

NEUROUS SYSTEM: [171] Schmitz et al., 2017

KIDNEY SYSTEM: [170] Mours et al., 2015

DIGESTIVE AND EXCRETORY SYSTEM: [154] Cao et al., 2019; [156] Luo & Yang, 2019; [172] Black et al., 2019; [158] Schwed et al., 2019; [117] Barbosa et al., 2018; [114] Wondolachi-Shigami et al., 2018; [178] Harvey & Vlastakis, 2018; [150] Smith et al., 2018; [151] Hoeghe & Kelly, 2017; [173] Forke et al., 2016; [177] Thibautier & Reinhard 2010





RESPIRATORY SYSTEM: [100] Lehner et al., 2019; [161] Vignati et al., 2019; [167] Xu et al., 2019; [160] Casanovi et al., 2018; [162] Cattaneo et al., 2018; [7] Prater et al., 2018; [163] Goughan et al., 2017; [151] Hoeghe & Kelly, 2017; [166] Paget et al., 2015

PLACENTAL BARRIER: [165] Griebhaber et al., 2015

SKIN: [122] Bevel et al., 2018

RÁC THẢI NHỰA & SỨC KHOẺ

TS. BS. Phạm Đức Phúc
ĐTDD: 0904049969
Email: pdp@vohun.org

www.iehsvn



VB4E
VIETNAM BUSINESS
FOR ENVIRONMENT

Rethinking Plastics
United Nations Environment Programme

True

pomre

giz

EXPERTISE FRANCE

HỘI THẢO

Khai kế hoạch truyền thông
giảm thiểu rác thải nhựa tại chuỗi các siêu thị
và các nhà bán lẻ - TH True Mart

Hà Nội, ngày 27 tháng 8 năm 2021



IUCN

VB4E
VIETNAM BUSINESS
FOR ENVIRONMENT

Giải pháp giảm ô nhiễm rác thải nhựa đối với các siêu thị

Nguyễn Thị Bích Hiền
Tổ chức Bảo tồn Thiên nhiên Quốc tế tại Việt Nam
Email: hien.nguyen@iucn.org . Tel: 0988220288

**JOIN THE FIGHT
FOR A HEALTHY OCEAN**

EN

Join at www.kahoot.it or with the Kahoot! app

Game PIN: **940 5188**

Kahoot!

23

Start

Tống thu Phan Thị Diệu Tạ Minh Sơn 1 Trần Thị Thu Hà Cam Linh

Thùy Anh 301144 Vũ Thành Công Đặng Hoài Lệ Th 300942-nhung

Bui Hồng Thắm Nguyễn Huyền Phạm Thị Thu Thai Vu Diệu Trang

Phuong Nguyễn thị Hà Pho Duc Hoan 9405188 Hương giang

Quân 70 sd

01:51:21 03:58:43








Chiến lược truyền thông
Thúc đẩy túi tái sử dụng để loại bỏ
túi ni-lông dùng một lần tại các chuỗi bán lẻ
hướng tới tiêu dùng bền vững

Túi xanh đi chợ,
 nội trợ thông minh

idh iponre



GIỚI THIỆU VỀ QUỸ VÌ TÂM VÓC VIỆT















Quỹ Vì Tâm Vóc Việt (VSF) là tổ chức phi lợi nhuận, được thành lập năm 2014 với sứ mệnh đóng góp cho Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs), đặc biệt là các mục tiêu về giáo dục, sức khỏe, công bằng và phát triển bền vững.



Nguyen Thuy Anh	Trần Thị Thu Hà	Kim Ngọc	Van Tho Duong	Hien-IUCN
Vu Xuan Thai	Nguyen The Phuong	Công Vũ Thành	300651_Nguyễn Thị Hà	Chu hồng hạnh-300678
Huyen Le	301146 - Hải Anh	Quyên Lê Thị Lệ	Huyền Nguyễn	Nguyễn Thị Diệu Trang
Nguyễn Bảo Yến	Tạ Thị Đào Tạ Thị Đào	300647- Trần Thị Quỳnh Giang	Duc Nguyen Duc Nguyen	Nguyễn Hoài Phương... Nguyễn Hoài Phương NGUYỄN
306995 Lã Thị Thu H... 306995 Lã Thị Thu Hằng	307276- Nông Quan... 307276- Nông Quang Hoàng	Ngọc minh Nguyễn Ngọc minh Nguyễn	Lan Anh Hoàng Lan Anh Hoàng	Nguyễn Thị Trang Nguyễn Thị Trang

PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CÁ NHÂN ĐƯỢC NHẬN GIẢI THƯỞNG

Pro Home Discover Library Reports Groups Upgrade Create  					
Cam Linh	1	 60%	2	4 027	
Vũ Thành Công	2	 50%	3	3 495	
Pho Duc Hoan	3	 40%	3	3 128	
Lê thị nhung	4	 40%	2	3 026	
Hài Anh	5	 40%	3	2 988	
Hương giang	6	 30%	2	2 089	
Đặng Hoài Lệ Th	7	 30%	3	1 999	
Thuy Anh 301144	8	 30%	1	1 969	
Tống hồng vân	9	 20%	2	1 675	
Đặng Hoa	10	 20%	5	1 545	