



**MARIE STOPES
VIETNAM**

Children by choice, not chance

MÔ HÌNH CUNG CẤP DỊCH VỤ LƯU ĐỘNG CHOICE - SỰ LỰA CHỌN



Bối cảnh Việt Nam

Dân số Việt Nam có 90 triệu người, trong đó có 25 triệu là phụ nữ trong độ tuổi sinh sản (15-49). Mỗi năm, có khoảng 5,3 triệu người tiếp nhận các biện pháp tránh thai mới. Từ năm 2010, Việt Nam trở thành một quốc gia thu nhập trung bình, nguồn tài trợ cung cấp cho biện pháp tránh thai đã giảm đi đáng kể. Cả nước vẫn còn nhu cầu cao về kế hoạch hóa gia đình (KHHGD) chưa được đáp ứng và duy trì ở mức 11% đối với các nhóm kết hôn; 22% đối với nhóm chưa lập gia đình, và 34% cho nhóm tuổi vị thành niên và thanh niên. Marie Stopes Việt Nam (MSV) cam kết ưu tiên cung cấp dịch vụ KHHGD cho những người dân có nhu cầu chưa được đáp ứng. Chúng tôi cung cấp dịch vụ qua một loạt các kênh để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Mô hình cung cấp dịch vụ lưu động

Mô hình cung cấp dịch vụ lưu động của MSV đã đáp ứng được nhu cầu và tăng tiếp cận của người dân vùng sâu vùng xa, thông qua việc cung cấp miễn phí dịch vụ KHHGD.

Tại sao

Các chương trình KHHGD quốc gia cung cấp các dịch vụ KHHGD theo chiến dịch, hai lần một năm. Tuy nhiên, do nguồn lực tài chính suy giảm và thời gian của chiến dịch ngắn, nhiều xã đã không thể cung ứng dịch vụ. Chương trình MSV - CHOICE - SỰ LỰA CHỌN do đó được xây dựng với mục đích cung cấp dịch vụ liên tục cho phụ nữ trong suốt cả năm thông qua việc phối hợp với Tổng cục Dân số và Kế hoạch Gia đình (Bộ Y tế), lồng ghép vào các trạm y tế để có thể phục vụ cộng đồng.

Ở đâu

Chương trình của chúng tôi hướng mục tiêu ưu tiên tới các vùng sâu vùng xa, có tỷ lệ đói nghèo cao, đông dân và thiếu thốn dịch vụ chất lượng tại 35 tỉnh trong số 63 tỉnh của Việt Nam.

Như thế nào

Chương trình cung cấp dịch vụ - CHOICE - SỰ LỰA CHỌN gồm 6 đội lưu động, hàng năm cung cấp trên 300.000 dịch vụ vòng tránh thai và triệt sản nam/nữ cho người nghèo, phụ nữ cận nghèo, phụ nữ đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn.

Tại các vùng sâu vùng xa, việc tiếp cận cộng đồng rất tốn kém, MSV tập trung vào việc tăng cường năng lực người cung cấp dịch vụ địa phương để họ có thể tự cung cấp vòng tránh thai và dịch vụ triệt sản. Việc tăng cường năng lực bao gồm đào tạo và cung cấp dụng cụ KHHGD cơ bản để cải thiện kỹ năng tư vấn, phòng chống nhiễm khuẩn, và kỹ năng cung cấp dịch vụ. Các thành viên được đào tạo tại địa phương cũng được hỗ trợ bởi nhóm Đảm bảo Chất lượng của MSV, những người kiểm tra chất lượng độc lập và hỗ trợ lập kế hoạch.

Mạng lưới cộng tác viên dân số được sử dụng để cung cấp tư vấn trước dịch vụ nhằm đảm bảo phụ nữ có hiểu biết đúng đắn và đầy đủ về các biện pháp KHHGD.

Kết quả

Chương trình CHOICE của chúng tôi được nhiều người biết đến và phổ biến với cộng đồng bởi tính chuyên nghiệp, dịch vụ chất lượng và thân thiện. MSV đã hỗ trợ ngành Y tế đáng kể trong việc đạt được các mục tiêu quốc gia về cung cấp dịch vụ KHHGD. Từ năm 1995, chúng tôi đã cung cấp miễn phí dịch vụ kế hoạch hóa gia đình lưu động cho hơn 2 triệu khách hàng tại Việt Nam.

Thành quả

Kết quả từ 2009 - 2015

Cung cấp dịch vụ KHHGD cho	1.070.587
Số ca mang thai ngoài ý muốn được ngăn ngừa	2.829.673
Số ca tử vong mẹ được ngăn ngừa	782
Số ca tử vong trẻ được ngăn ngừa	3.401

Marie Stopes Việt Nam

P.201-205, Nhà A1
Khu Ngoại giao đoàn Vạn Phúc
298 Đường Kim Mã, Quận Ba Đình,
Hà Nội, Việt Nam
Tel: (+84) 4 3722 5471
Fax: (+84) 4 3722 5503
Email: admin.msivn@mariestopes.org.vn

1900 55 88 82

www.mariestopes.org.vn

CHOICE

Hành trình của Na tới chương trình CHOICE - SỰ LỰA CHỌN


1. Tại nhà


 Cô ấy 35 tuổi.
 Khách hàng của chúng tôi bao nhiêu tuổi?


 Thu nhập của cô ấy chưa đến \$1.25 một ngày.
 Khách hàng của chúng tôi kiếm được bao nhiêu?

 Cô ấy có 2 con.
 Khách hàng của chúng tôi có bao nhiêu con?

 Cô ấy đã kết hôn.

BẠN CÓ BIẾT?

30
81%
 Trên một nửa khách hàng ở độ tuổi 30 hoặc cao hơn.

Việt Nam
 85% khách hàng làm nông nghiệp.

37
 Độ tuổi trung bình của khách hàng là 37 tuổi.

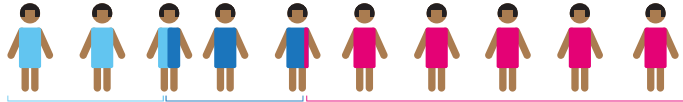

 Đa số khách hàng của chúng tôi đều có 2 con.

2. Tại cộng đồng
 Na hiện tại không sử dụng biện pháp tránh thai nhưng cô ấy muốn bắt đầu sử dụng.

2. Tại cộng đồng
 Na biết đến chúng tôi thông qua cộng tác viên tại cộng đồng

Khách hàng đã sử dụng biện pháp tránh thai nào trước khi đến với chúng tôi?

Khách hàng đã sử dụng biện pháp nào trước đó:



Khách hàng mới
 (chưa sử dụng biện pháp tránh thai nào trước khi đến với chúng tôi)

26%

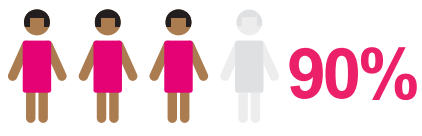
Khách hàng tiếp tục duy trì
 (là khách hàng đã sử dụng dịch vụ của chúng tôi)

27%

Khách hàng thay đổi nhà cung cấp dịch vụ
 (đã sử dụng biện pháp tránh thai từ nơi khác trước khi đến)


47%

3. Tại điểm cung cấp dịch vụ
 Na đã lựa chọn sẵn biện pháp tránh thai mong muốn trước khi đến.
 Các khách hàng khác đã lựa chọn biện pháp tránh thai mong muốn trước khi đến chưa?



Chín mươi phần trăm khách hàng đến với chúng tôi đã có sẵn trong đầu về một phương pháp tránh thai mong muốn.

2. Tại cộng đồng
 Na chọn sử dụng dịch vụ của chúng tôi bởi vì nó gần nơi cô sống. Chỉ mất 8 phút để đến với chúng tôi.


 Các khách hàng sẽ phải đi xa hơn đáng kể nếu không có chúng tôi mang dịch vụ đến tận cộng đồng.

3. Tại điểm cung cấp dịch vụ
 Na nhận được tư vấn đầy đủ về các biện pháp tránh thai.
 Các khách hàng khác có nhận được sự chăm sóc tốt không?



✓ 98% khách hàng hài lòng với dịch vụ và sẵn lòng giới thiệu cho bạn bè tới dịch vụ

4. Sau khi nhận dịch vụ
 Na rất hài lòng với dịch vụ được nhận. Cô ấy hi vọng thời gian chờ đợi trong tương lai sẽ ngắn hơn.
 Các khách hàng khác nghĩ gì về chúng tôi?

- Sự sạch sẽ ✓
- Riêng tư ✓
- Thân thiện ✓
- Thời gian chờ ✓
- Giá cả ✓


Na sẽ quay trở lại!