

MỘT SỐ VẤN ĐỀ TỪ MỘT NGHIÊN CỨU ĐÁNH GIÁ DỰ ÁN VỆ SINH NÔNG THÔN HIỆN NAY

TRƯƠNG XUÂN TRƯỜNG*

I. DẪN NHẬP

Nghiên cứu trường hợp về Tính bền vững của hệ thống tiếp thị vệ sinh nông thôn ở Việt Nam (2009) do Chương trình Nước sạch và Vệ sinh nông thôn (RWSSP) thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn thực hiện để đánh giá sự bền vững của dự án thí điểm về tiếp thị vệ sinh nông thôn.

Hai tỉnh nghiên cứu được triển khai là: Quảng Nam và Thanh Hóa, nơi mà dự án đã triển khai từ 2003 - 2006. Tại mỗi tỉnh chọn 2 huyện, trong đó một huyện qua triển khai dự án được đánh giá là tốt hơn và một huyện là kém hơn. Tương tự, tại cấp xã, mỗi huyện chọn 1 xã tốt nhất (được gọi là xã 1) và xã kém hơn (gọi là xã 2); đồng thời chọn thêm 1 xã gần xã tốt nhất để tìm hiểu khả năng so sánh làm theo. Tổng thể có 4 huyện, 8 xã được khảo sát và 4 xã thăm quan so sánh được nêu trong bảng dưới đây:

Tỉnh	Huyện	Xã 1	Xã 2	Xã so sánh
Quảng Nam	Núi Thành	Tam Anh Nam	Tam Hòa	Tam Hiệp
	Thăng Bình	Bình Triệu	Bình Hải	Bình Tú
Thanh Hóa	Hậu Lộc	Hải Lộc	Mỹ Lộc	Minh Lộc
	Tĩnh Gia	Hải Thanh	Tĩnh Hải	Bình Minh
2 tỉnh	4 huyện	4 xã 1	4 xã 2	4 xã so sánh

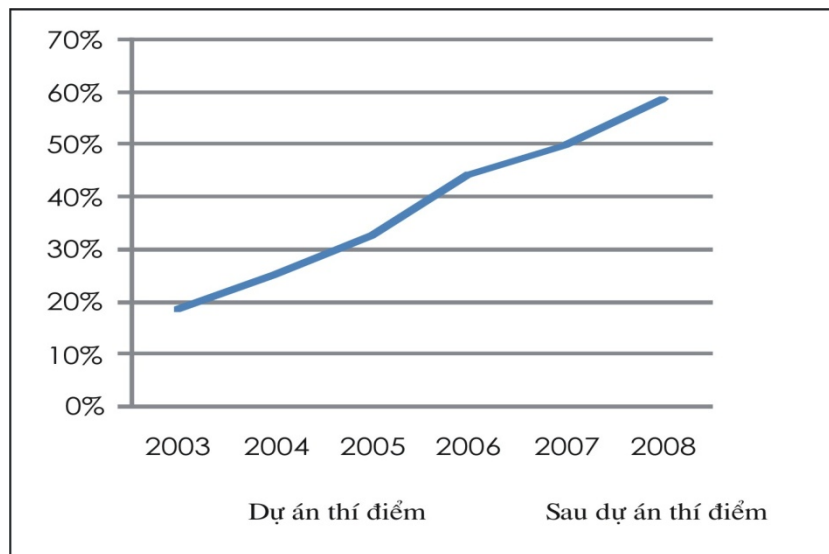
II. MỘT SỐ PHÁT HIỆN NỔI BẬT

Sự phát triển của nhà vệ sinh ở nông thôn sau dự án

Số liệu thống kê về dân số và số hộ có nhà vệ sinh tại các xã nghiên cứu cho thấy là qua 2 năm thực hiện dự án, tỷ lệ nhà vệ sinh tại khu vực nghiên cứu vẫn được duy trì. Hình 1 cho thấy tỷ lệ sử dụng nhà vệ sinh ở tổng cả 8 xã. Trong thời gian dự án thí điểm, tỷ lệ nhà vệ sinh ở mẫu nghiên cứu này đã tăng từ 18% lên 44%, tức là 26% trong 3 năm.

Sau khi sự hỗ trợ của dự án không còn nữa, tỷ lệ này vẫn tiếp tục tăng từ 44% lên 59%, tức là 15% trong hai năm. Mức tăng trên toàn khu vực nghiên cứu hầu như vẫn như cũ.

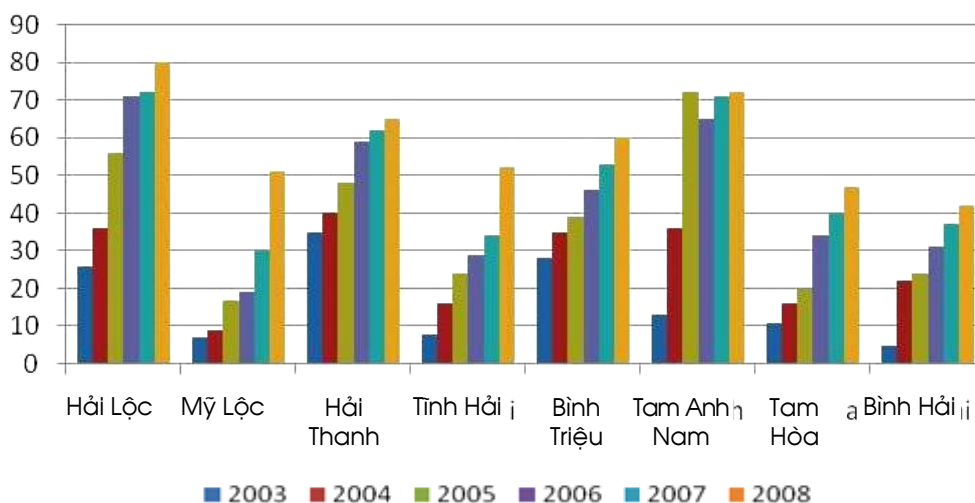
* TS. Viện Xã hội học



Hình 1: Tỷ lệ nhà vệ sinh tại 8 xã nghiên cứu trong thời gian dự án (2003 - 2006) và hậu dự án (2007 - 2008)

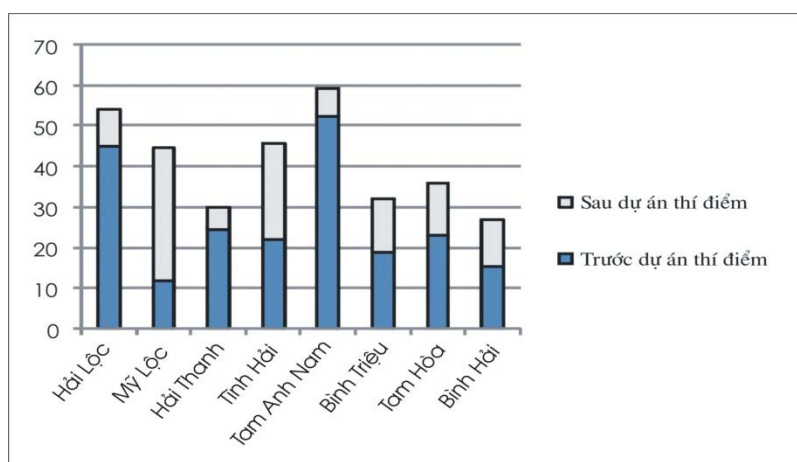
Ngoài tỷ lệ số người sử dụng nhà vệ sinh chung cho khu vực nghiên cứu, tỷ lệ phát triển tại từng xã cũng được biểu thị trên đồ thị, Hình 2 dưới đây thể hiện tỷ lệ sử dụng nhà vệ sinh tại 8 xã. Các con số cho thấy sau khi dự án kết thúc, tỷ lệ nhà vệ sinh vẫn tiếp tục tăng tại tất cả các xã. Mức tăng đã vượt tỷ lệ tăng dân số năm 2007 và 2008.

Khi thực hiện dự án thí điểm, các xã Hải Lộc, Hải Thanh (Thanh Hoá) và Tam Anh Nam (Quảng Nam) đã có mức phát triển, với tỷ lệ nhà vệ sinh khoảng 60% đến 70% vào thời điểm cuối dự án năm 2006. Các xã này vẫn dẫn đầu sau khi dự án kết thúc (Hình 2).



Hình 2: Tỷ lệ nhà vệ sinh tại các xã nghiên cứu trong thời gian dự án (2003 - 2006) và hậu dự án (2007 - 2008)

Tại xã Mỹ Lộc (Thanh Hoá), sau năm 2006, tình hình kinh tế địa phương phát triển nhanh chóng làm cho mức sống của người dân tăng lên. Năm 2003, ngân sách của xã từ nguồn thu thuế là 614.000.000 đồng. Đến năm 2008, con số này lên đến 2.783.000.000 đồng. Năm 2009, 90% số hộ dân trong xã đã có ti vi, 70% có xe máy, 30% có tủ lạnh, 10% có máy vi tính và điều hòa không khí. Lý do thứ hai là trình độ dân trí của người dân địa phương đã được nâng lên đáng kể trong thời kỳ đổi mới; nhất là có nhiều thanh niên có trình độ học vấn cao, và họ coi trọng vệ sinh môi trường. Nhận xét này cũng gặp ở đa số xã trong diện được khảo sát. Đó cũng là lý do lý giải sự phát triển đáng kể của nhà vệ sinh nông thôn hiện nay.



Hình 3: Tỷ lệ nhà vệ sinh tại khu vực mẫu nghiên cứu trong thời gian dự án và hậu dự án

Ở xã Tĩnh Hải (Thanh Hoá), tốc độ phát triển kinh tế cũng nhanh không kém Mỹ Lộc. Nguyên nhân chính cho mức phát triển nhà vệ sinh cao là xã nằm trong khu Công nghiệp Nghi Sơn, các hộ nhận được tiền đền bù giải phóng mặt bằng. Nhiều người đầu tư số tiền này để làm nhà mới và công trình vệ sinh.

Mặc dù số liệu thống kê không phải hoàn toàn chính xác nhưng là cơ sở dữ liệu rất có ý nghĩa. Tương quan so sánh số liệu giữa sự phát triển của số dân và nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn ở cộng đồng là rất khả quan qua từng năm từ thời kỳ dự án cho đến hiện nay.

Bảng 1. Sự phát triển dân số và tỷ lệ phát triển của nhà vệ sinh nông thôn tại các xã được khảo sát

Xã	Dân số			Số nhà VS hợp tiêu chuẩn (%)		
	2003	2006	2008	2003	2006	2008
Bình Hải	5858	5961	6006	15,48	30,74	42,46
Bình Triệu	9617	10198	10310	27,69	46,39	59,82
Tam Anh Nam	15548	9469	9674	12,68	65,00	72,00
Tam Hòa	8354	8835	9379	10,76	33,84	46,64
Hải Lộc	8484	8752	8690	25,98	71,03	79,88
Mỹ Lộc	4348	4450	4580	6,88	18,84	51,29
Hải Thanh	15848	16635	17137	34,53	58,89	64,60

Tính bền vững của dự án thử nghiệm

a) Đa số ý kiến được khảo sát đánh giá cao về cách tiếp cận của dự án ở chỗ: tiếp cận theo thị trường cung - cầu; có tính tổng thể và phối hợp cao trong hoạt động truyền thông nhằm nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của khách hàng. Điều này được thể hiện ở các khía cạnh sau:

- Hoạt động tập huấn có phương pháp, bài bản và có chất lượng cho đội ngũ cộng tác viên (huyện/xã/thôn) cho những người cung cấp thiết bị vệ sinh, đặc biệt là đội ngũ thợ xây.

- Huy động được sức mạnh cộng đồng trong hoạt động của dự án; từ chính quyền, ban ngành đến các đoàn thể từ xã đến thôn làng.

- Có nhiều hình thức hoạt động phong phú, đa dạng, sáng tạo, góp phần đáng kể cho thành công của dự án; như: phong trào lập quỹ quay vòng vốn xây dựng nhà vệ sinh ở Thanh Hóa; tập huấn cho giáo viên tiểu học ở huyện Núi Thành (Quảng Nam); mở các cuộc thi về kiến thức vệ sinh từ cấp thôn, làng đến xã, huyện...

b) Hoạt động truyền thông của dự án được đánh giá là nổi bật và có ý nghĩa thành công lớn nhất làm thay đổi nhận thức và hành vi của đa số dân cư trong cộng đồng. Hoạt động này đa dạng, đồng bộ và thiết thực ở các điểm sau:

- Đội ngũ tuyên truyền viên được tập huấn kỹ càng kiến thức về vệ sinh và kỹ năng truyền thông.

- Thông điệp truyền thông được vận dụng đa dạng, sinh động qua nhiều kênh phối hợp, như: tờ rơi, mô hình; phát trên đài truyền thanh xã; họp dân; họp các đoàn thể; các cuộc thi...

- Hoạt động cung cấp thông tin và tham vấn trực tiếp được coi trọng và phát huy cao qua các sinh hoạt nhóm nhỏ (của phụ nữ) và đến thăm tại nhà.

c) Bước đầu đã có tiếp cận bình đẳng, cụ thể:

- Tiếp cận giới: Chú trọng đến phụ nữ như một lực lượng xã hội quan trọng ở cộng đồng với thực tế trong xã hội nông thôn Việt Nam, người phụ nữ thường là tay hòm chìa khóa đồng thời là người quan tâm và chú trọng nhất đến lĩnh vực sức khỏe và vệ sinh; vì vậy dự án đã chú trọng đến đối tượng này vừa với tư cách là cộng tác viên vừa là khách hàng chủ yếu trong hoạt động truyền thông.

- Tiếp cận người nghèo: Người nghèo không được cung cấp kinh phí như một số dự án khác, nhưng ở dự án này người nghèo là đối tượng được mời trong các cuộc họp dân (vì họ thường không có nhà vệ sinh hoặc nhà vệ sinh không đảm bảo), người nghèo được trực tiếp đến nhà tham vấn; và quan trọng hơn dự án giới thiệu cho họ những mô hình nhà vệ sinh với giá cả thấp nhất (từ thiết bị, vật liệu đến chi phí nhân công) mà họ có thể chấp nhận được.

d) Mô hình các loại nhà vệ sinh mà dự án đưa đến cho người dân địa phương rất phù hợp với điều kiện kinh tế - mức sống của người dân địa phương cũng như điều

kiện địa lý đất khô trũng dễ xây ở các vùng này. Và một trong những thành công của dự án là đã giúp cho người dân hiểu, lựa chọn và quyết định được kiểu nhà vệ sinh phù hợp với hoàn cảnh kinh tế gia đình.

e) Dự án phù hợp với định hướng phát triển chiến lược, chương trình và các hoạt động của các tổ chức địa phương nhất là của ngành Y tế, của Hội Phụ nữ. Việc đưa Y tế xã/thôn, Hội phụ nữ xã/thôn vào làm thành viên và là cộng tác viên của dự án là rất phù hợp. Hoạt động của dự án giúp nâng cao năng lực vận động của Hội phụ nữ đối với người dân cũng như tạo đà để phụ nữ tiếp tục thực hiện nhiệm vụ của mình khi dự án kết thúc.

Một số đánh giá về hiệu quả dự án

a) Tại các xã có dự án

Mô hình và hiệu quả của dự án rất có khả năng nhân rộng và phát triển tại địa bàn các xã có dự án do tính bền vững của nó mà trước hết là sự thay đổi về nhận thức và hành vi đối với nhà vệ sinh và hành vi sử dụng nhà vệ sinh. Mặt khác, do nhận thức và đời sống người dân có được nâng lên hiện nay mà có sự chuyển đổi về xu hướng xây nhà vệ sinh theo hướng tốt hơn, vệ sinh hơn: cụ thể là ở Quảng Nam, nếu thời kỳ dự án trong số nhà tiêu hợp vệ sinh thì đa số là nhà tiêu bán tự hoại (có 2 bể chứa phân). Hiện nay một bộ phận đáng kể đã chuyển sang nhà tiêu tự hoại (3 hố chứa phân). Ở Thanh Hóa, thời kỳ dự án phổ biến của loại nhà tiêu hợp vệ sinh là nhà tiêu hai ngăn thì hiện nay loại nhà tiêu này đã giảm đi, số nhà tiêu hợp vệ sinh xây mới trong vòng 3 năm qua chủ yếu là nhà tiêu tự hoại.

“Nhận thức của người dân đã thay đổi rất nhiều, đã được nâng lên rất cao từ sau khi có dự án. Trước đây năm 2003 tỷ lệ có nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn chỉ khoảng 20%, cho đến nay tỷ lệ này đạt 70%” (PV Giám đốc Trung tâm y tế huyện Núi Thành).

“Kể từ sau dự án, phong trào làm nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn ở xã phát triển rất mạnh. Trong năm 2007 chỉ riêng thôn Kỳ Trân của xã có 291 hộ thì có 70 hộ xây nhà vệ sinh mới hợp tiêu chuẩn” (PV Phó Chủ tịch UBND xã Bình Hải, Thăng Bình, Quảng Nam).

Tại các xã có dự án, hiện nay nhận thức và hành vi về vệ sinh nói chung và với việc sử dụng nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn vẫn được duy trì và phát triển. Các mô hình nhà vệ sinh hợp vệ sinh thời dự án, các tờ rơi chứa thông điệp của dự án nhiều nơi vẫn còn được giữ tại trạm y tế, nhà văn hóa thôn và cả một số gia đình.

Mô hình ban chỉ đạo dự án thời kỳ 2003 - 2006 ở nhiều xã hiện được duy trì với cấp xã do chủ tịch xã làm trưởng ban với nòng cốt là ngành y tế và Hội Phụ nữ cùng một số đoàn thể khác. Mô hình tương tự được duy trì xuống cấp thôn. Ban chỉ đạo này thường xuyên họp giao ban đánh giá hoạt động vệ sinh môi trường mỗi tháng một lần và cũng thường kỳ mỗi tháng một lần tổ chức cho người dân trong các cụm dân cư dọn dẹp vệ sinh môi trường gia đình và khu công cộng.

Hoạt động kiểm tra, giám sát về nhà vệ sinh và 4 công trình vệ sinh gia đình (nhà tiêu, nhà tắm, giếng nước và thùng/hố đựng rác) được duy trì và tăng cường. Đặc biệt 3 công trình vệ sinh (nhà tiêu, nhà tắm và giếng nước) được xem là tiêu chuẩn quan trọng trong việc xếp loại đảng viên/cán bộ hàng năm; là tiêu chuẩn quan trọng để xếp loại Gia đình văn hóa, Làng văn hóa.

Sau khi dự án kết thúc, nhiều người là thợ xây trước đây được dự án tập huấn đã phát huy tốt tay nghề, họ đã xây dựng được nhiều nhà vệ sinh cho người dân, nhiều người cũng đã tách ra thành các nhóm nhỏ để phát triển các nhóm thợ xây khác, do vậy các thợ xây đã tăng lên. Tất nhiên, để tồn tại họ không chỉ đơn thuần là xây nhà vệ sinh mà chủ yếu là xây các công trình lớn hơn như xây nhà, xây bếp... trong đó xây cả nhà vệ sinh (trong hoặc ngoài, gần hoặc xa nhà bếp, công trình phụ).

Hiện nay Hội Phụ nữ tại nhiều xã được khảo sát đang phối hợp với Ngân hàng chính sách tạo điều kiện cho chị em vay vốn để xây nhà vệ sinh. Trong đó dự án cho vay vốn đặc biệt quan tâm đến các hộ gia đình nghèo có phụ nữ là chủ hộ. Chính sách này đã tạo ra sự công bằng và bình đẳng đối với người nghèo, tạo điều kiện để người nghèo có thể được hưởng thụ các ưu đãi của Nhà nước, được tiếp cận và sở hữu nhà tiêu hợp vệ sinh.

b) Tại các xã trong vùng nhưng không có dự án

Ngay thời kỳ cuối dự án (2005 - 2006), dư âm/tính lan tỏa của dự án đã được các xã không có dự án trong vùng biết đến và làm theo. Cụ thể là tại huyện Thăng Bình - Quảng Nam, cán bộ chuyên trách Ban chỉ đạo dự án cấp huyện đã được một số xã trong huyện mời đến báo cáo/thuyết trình về tính chất và hoạt động của dự án để học tập kinh nghiệm (Phỏng vấn Phó Giám đốc Trung tâm y tế huyện nguyên là cán bộ chuyên trách Ban chỉ đạo dự án cấp huyện). Tại huyện Hậu Lộc - Thanh Hóa, theo trưởng phòng y tế huyện (nguyên cán bộ Ban chỉ đạo dự án cấp huyện giai đoạn 2003 - 2006) thì huyện đã tổ chức cho đại diện một số xã đến tham quan mô hình làm nhà vệ sinh tại các xã có dự án để làm theo.

Theo các thợ xây và chủ đại lý cung cấp thiết bị vệ sinh được tập huấn của dự án thì khách hàng của họ không chỉ là người trong xã mà còn là người dân của các xã lân cận. Họ đã được tham vấn về kỹ thuật và kiến thức đối với các loại nhà hợp vệ sinh cũng như đã tiến hành xây dựng nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn. Tỷ lệ nhà vệ sinh được tăng lên qua từng năm ở các xã bên cạnh không có dự án cũng là một bằng chứng cho sự lan tỏa và làm theo đó. Cụ thể ở xã Bình Minh huyện Tĩnh Gia, số nhà vệ sinh hợp vệ sinh qua từng năm là: 2003: 10.37%; 2006: 14.51% và đến 2008: 16.44%. Hoặc ở xã Minh Lộc huyện Hậu Lộc, năm 2006: 57.56% đến 2008 là: 63.02%. Xã Bình Tú, huyện Thăng Bình năm 2008 tỷ lệ nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn cũng thuộc loại khá: 56.54%.

Những thách thức của vệ sinh nông thôn

a) Nhà vệ sinh và tập quán đi vệ sinh ngoài trời

Những người nghèo hiện nay cũng là những người chưa có nhà vệ sinh hoặc

chỉ có nhà vệ sinh tạm bợ thì cuộc sống rất khó khăn và nhận thức thấp. Bộ phận này vẫn sinh hoạt theo tập quán/phong tục truyền thống, tức là sinh hoạt mất vệ sinh và phóng uế bừa bãi.

Một số cộng đồng dân cư ven biển làm nghề đánh bắt hải sản ở Thanh Hóa, nhất là tại huyện Hậu Lộc (như xã Hải Lộc, Ngư Lộc) diện tích đất ở của người dân rất thấp (chỉ khoảng 30 - 50 m²/hộ) cộng thêm lối sống theo tập quán truyền thống nên không có nhà vệ sinh và chỉ phóng uế trên bãi biển.

Trên thực tế khi nhóm tiếp cận những gia đình chưa có nhà vệ sinh và có nhà vệ sinh tạm bợ thì thấy đa số những hộ này thuộc diện nghèo và kinh tế khó khăn. Hộ nghèo không dám vay tiền ngân hàng để đầu tư xây dựng công trình vệ sinh vì họ sợ không thể trả nợ được. *“Chúng tôi không dám vay vì sợ không trả được, nếu có vay thì cũng phải nhìn thấy lúa của mình rồi thì mới dám đi vay ngân hàng”*. Đây cũng là một trong những nguyên nhân ảnh hưởng đến chiến lược marketing của dự án.

Người dân vẫn có thói quen đi vệ sinh ngoài trời, tập trung chính vào nhóm ngư dân và cư dân vùng ven biển điều kiện kinh tế khó khăn không có đủ tiền để xây nhà vệ sinh, cộng thêm thói quen đã có từ những thế hệ trước. Trong các thảo luận *nhóm không có nhà vệ sinh* hoặc nhà vệ sinh tạm bợ, các thành viên tham gia đều cảm thấy việc đi vệ sinh ngoài trời là bình thường cũng như tất cả các hành vi khác của cuộc sống. Đây thực sự là một trong những vấn đề khó khăn của địa phương trong việc thực hiện nâng cao tỷ lệ sử dụng nhà vệ sinh. Với những hộ kinh tế khó khăn, họ cũng không dám vay tiền để xây nhà vệ sinh vì sợ không có điều kiện để trả nợ.

Về mặt kinh tế, còn nhiều hộ gia đình chưa có nhà vệ sinh hoặc nhà vệ sinh chưa hợp tiêu chuẩn nhưng do điều kiện kinh tế gia đình quá nghèo, không có khả năng để xây nhà vệ sinh đạt chuẩn. Người dân mong muốn có sự hỗ trợ về kinh tế để họ có nhà vệ sinh hoặc nâng cấp nhà vệ sinh. Nhiều ý kiến cho rằng: nếu để người dân tự lo liệu trong vấn đề này sẽ khó thúc đẩy việc thực hiện mục tiêu, giải pháp là phải có sự hỗ trợ kinh phí từ chính quyền hoặc từ các dự án....

Những hộ chưa có nhà vệ sinh thuộc các loại đối tượng: do mê tín vì các hộ gần kề không được làm nhà vệ sinh sát cạnh hoặc đối diện gian nhà thờ hàng xóm; do nhà ở quá chật không còn đất làm nhà vệ sinh; do nhà ở nơi hoang vắng như gần rừng, bãi cát nên không cần làm nhà vệ sinh; do quá nghèo nên cũng không làm được nhà vệ sinh.

b) Thói quen rửa tay

Thói quen rửa tay sau khi đi vệ sinh, nhất là rửa tay với xà phòng còn là hiếm hoi với người nông dân các vùng được khảo sát. Chủ yếu người nông dân chỉ rửa tay thường xuyên với 3 loại hành vi: sau khi lao động, trước khi ăn cơm và trước khi cúng bái.

c) Tình trạng toilet của nhà vệ sinh công cộng nông thôn

Nhà vệ sinh công cộng nông thôn hiện ở tình trạng khá tồi tệ nhất là tại các cơ quan như trụ sở UBND xã, trạm y tế, trường học. Quan sát của nhóm nghiên cứu cho thấy tại các cơ quan này, tình trạng nhà vệ sinh công cộng là rất xuống cấp và mất vệ sinh như: hỏng hóc cửa, hỏng bệ xí, không có nước, không được quét dọn... gây ô nhiễm, ô nhiễm môi trường và mỹ quan công sở.

d) Vấn đề nhận thức

Một bộ phận cán bộ và người dân nông thôn vẫn xem nhẹ lĩnh vực vệ sinh môi trường nói chung và nhà vệ sinh và hành vi vệ sinh nói riêng.

Có thể nói dự án đã có tác động tốt, tích cực tới tình hình vệ sinh môi trường nông thôn và tới nhận thức của người dân. Người dân được đi tập huấn về vệ sinh môi trường, họ hiểu thêm nhiều những thông tin về vấn đề vệ sinh và sức khỏe. Nhận thức của người dân nâng cao lên rõ rệt, và đi theo đó là những tiến bộ trong hành vi về việc đi vệ sinh và có nhà vệ sinh. Tuy nhiên không phải người dân nào cũng có được nhận thức đầy đủ về mục đích và những tác động tích cực của dự án. Bởi một số người dân còn có tâm lý trông chờ, ỷ lại, họ thích được hỗ trợ tiền để xây nhà vệ sinh.

đ) Hoạt động quản lý và giám sát

So với thời kỳ dự án hoạt động tuyên truyền, quản lý và giám sát về vệ sinh và môi trường có giảm sút. Tìm hiểu thực tế cho thấy có nhiều nguyên nhân nhưng nổi bật là không có kinh phí để duy trì các hoạt động này.

Do vậy, việc quản lý và cập nhật các số liệu thống kê (như số nhà vệ sinh hợp tiêu chuẩn, nhà vệ sinh tạm bợ, số không có nhà vệ sinh...) ở cấp thôn/xã là không chính xác.

e) Hoạt động truyền thông

Cán bộ truyền thông: Đội ngũ cộng tác viên của dự án là cán bộ cấp xã/thôn thời kỳ 2003 - 2006 được tập huấn rất tốt về kiến thức vệ sinh môi trường và kỹ năng truyền thông, lại được thông quan rèn luyện qua hoạt động dự án nên rất có kinh nghiệm. Tuy nhiên đội ngũ này lại không ổn định công tác do luôn có thay đổi nhân sự qua từng nhiệm kỳ như trưởng thôn, hội phụ nữ có nhiệm kỳ là 2 năm. Vì vậy khi nhiệm kỳ thay đổi nhân sự, người cũ được tập huấn và có kinh nghiệm lại không còn làm việc, còn người mới lại không có kinh nghiệm hoạt động về lĩnh vực này.

Các phương tiện truyền thông ở cấp cơ sở (xã/thôn) rất thiếu thốn và xuống cấp: họ thiếu các tài liệu truyền thông; thiếu loa đài, tăng âm... Hệ thống đài phát thanh cấp xã/thôn có vai trò rất quan trọng trong hoạt động truyền thông. Tuy nhiên tại nhiều xã được khảo sát, hệ thống này đã bị xuống cấp do đã sử dụng hàng chục năm lại không được sửa chữa, thay mới nên vẫn dùng; nhiều loa công cộng không còn nghe được; hoặc nghe không rõ tiếng.

III. THAY LỜI KẾT LUẬN

Kết quả khảo sát ở hai tỉnh Quảng Nam và Thanh Hóa cho thấy dự án tỏ ra phù

hợp ở các vùng nông thôn ven biển, những nơi có mật độ dân số tương đối cao trở lên, cộng đồng có trình độ dân trí tương đối khá so với mặt bằng chung của cả nước, phần lớn các hộ gia đình có khả năng tận dụng các điều kiện thuận lợi để phát triển kinh tế, có được tích lũy nhất định trong thời kỳ từ 2003 đến nay. Dự án có thể nhân rộng ở các vùng nông thôn đồng bằng khác của Việt Nam. Tuy nhiên, dự án có thể gặp nhiều khó khăn ở các vùng nông thôn thuộc khu vực trung du hay miền núi, những nơi chưa chịu sức ép của việc tăng dân số, có mật độ dân số chưa cao, đất của các hộ gia đình còn tương đối rộng, dân trí của cộng đồng còn tương đối thấp và khả năng kinh tế của họ còn hạn chế.

Tài liệu tham khảo

1. International Development Engineering (IDE), 2006. *Hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân quy mô nhỏ phát triển và tiếp thị vệ sinh tại các vùng nông thôn Việt Nam (Giai đoạn bổ sung)*. Báo cáo cuối cùng. Hà Nội, Việt Nam: IDE.
2. Nghiêm Thị Đức, 2009. *Chương trình Cấp nước và Vệ sinh của IDE*. Bản PowerPoint.
3. Chirstine Sijbesma, Truong Xuan Truong, and Jacqueline Devine. *Case Study on Sustainability of Rural Sanitation Marketing*. Global Scaling Up Sanitation Project. April 2010.