



Use of a Community-Based Revolving Fund to Promote Condoms and Water-Based Lubricants among Male and Transgender Sex Workers in Bangkok, Thailand

โครงการกองทุนหมุนเวียนเพื่อการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่น
สำหรับชายและสาวประเภทสองขายบริการในกรุงเทพมหานคร



Service Worker In Group (SWING) Foundation

มูลนิธิเพื่อนพนักงานบริการ

March 2010

มีนาคม 2553



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Family Health
International

In July 2011, FHI became FHI 360.



FHI 360 is a nonprofit human development organization dedicated to improving lives in lasting ways by advancing integrated, locally driven solutions. Our staff includes experts in health, education, nutrition, environment, economic development, civil society, gender, youth, research and technology – creating a unique mix of capabilities to address today's interrelated development challenges. FHI 360 serves more than 60 countries, all 50 U.S. states and all U.S. territories.

Visit us at www.fhi360.org.

© 2010 Family Health International (FHI). All rights reserved.

This publication may be freely reviewed, quoted, reproduced or translated, in full or in part, provided the source is acknowledged.

This book may not be sold or used in conjunction with commercial purpose.

Copies of this publication can be obtained from:

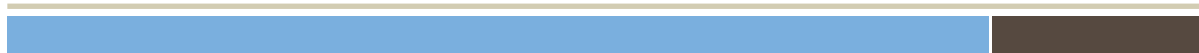
Family Health International, Asia/Pacific Regional Office

Tel. +662 263 2300, Fax. +662 263 2114

The implementation of the community-based revolving fund to promote condoms and water-based lubricants among male sex workers in Bangkok, Thailand, initiated by the Service Worker in Group (SWING) Foundation, is considered one of the project models playing a critical role in the community's response to the HIV epidemic among male and transgender sex workers. Despite many challenges, the project has achieved its goal in increasing access to good-quality and inexpensive condoms and water-based lubricants and promoting consistent condom use with a water-based lubricant during anal sex to prevent HIV and other STI transmission and infection among male and transgender sex workers in Bangkok. More importantly, the project showed evidence that a trusting relationship between a community-based organization like SWING and the establishment owners can be established over time. This type of relationship contributed to the success of SWING's initiative.

This project would not have been initiated without the original funding support from the United State Agency for International Development (USAID) through Pact Thailand and Family Health International (FHI) for SWING's delivery of the comprehensive package of services to male sex workers and transgender sex workers in Bangkok. Technical assistance and continued support from friends and colleagues at FHI, particularly Philippe Girault and Siroat Jittjang who provided valuable inputs into the development of this document, are much appreciated. Others who contributed to this documentation include Kanyasorn Tansubhapol for inputs, John Engels for editing the English version, Jittinee Khienvichit for translating the document into Thai, Aranya Ngamwong for overall review of both English and Thai versions, and Krittaporn Termvanich for the design and layout of the document.

Congratulations to SWING's team: Surang Janyam, Founder and Director; Saichon Sivaurai, the revolving fund program coordinator; and other SWING's staff who are driving forces and without whom the project would not have been successful. Last but not least, thanks to the MSM and transgender community who participated in and supported the project.



Abbreviations	ii
Executive Summary	1
Background	3
Rationale	4
Development of the Revolving Fund	6
Key Result	9
Lessons Learned	11
Conclusion	13

AIDS	Acquired Immunodeficiency Syndrome
CBO	Community-Based Organization
FHI	Family Health International
HIV	Human Immunodeficiency Virus
IBBS	Integrated Behavioral and Biological Survey
INGO	International Nongovernmental Organization
MSW	Male Sex Worker
NGO	Nongovernmental Organization
STI	Sexually Transmitted Infection
SWING	Service Worker In Group
THB	Thai Baht
TGSW	Transgender Sex Worker
USAID	United States Agency for International Development
USD	US Dollars
VCT	Voluntary Counseling and Testing
RDMA	Regional Development Mission Asia

The findings of the 2005 and 2007 integrated biological and behavioral surveys (IBBS)¹ revealed that HIV prevalence among male sex workers (MSW) in Bangkok increased from 19 percent to 25 percent between those years. A similar pattern was seen in Chiang Mai, where HIV prevalence among MSW increased from 11 percent in 2005 to 15 percent in 2007. Meanwhile the HIV prevalence among men who have sex with men (MSM), who are also engage in commercial sex, in Bangkok increased from 17 percent in 2003 to 31 percent in 2007, while in Chiang Mai this HIV prevalence was 15 percent in 2005 and 17 percent in 2007.

The implementation of interventions for MSW in Bangkok's red-light areas remained sporadic until 2004 when the Service Worker In Group, or SWING,² a community-based nonprofit organization, started receiving support from Family Health International (FHI) Thailand office. The funding came from the United States Agency for International Development's Regional Development Mission for Asia (USAID/RDMA) to implement a comprehensive package of services for HIV prevention, care and support, and treatment for MSW and transgender sex workers (TGSW). Since 2007, USAID/RDMA has been funding SWING through Pact Thailand, which also provides capacity building on organizational development to SWING. FHI still provides technical assistance to SWING to strengthen its MSW interventions. Since 2007, SWING has successfully diversified its funding to strengthen and expand the MSW program in Bangkok and Pattaya. The project has also been expanded to other cities, including Koh Samui in 2009.

Before 2004, the distribution of condoms and water-based lubricants to MSW and men who have sex with men (MSM) in Bangkok and other hotspot cities in Thailand was inconsistent, and the supply was limited due to a lack of proper support and resources. In addition, the price of condoms and water-based lubricants available in most popular shops or supermarkets in Thailand was not affordable for most MSW.

SWING faced major difficulties in setting up an effective mechanism to increase access to affordable condoms and water-based lubricants. One challenge was the shortage and irregular supply of condoms from donors and government. Another was the difficulty a nascent community-based organization (CBO) such as SWING had in complying with the policies of an international nongovernmental organization (INGO) regarding the delivery of condoms and water-based lubricants through a social marketing strategy. These factors resulted in shortages of the commodities at the SWING office. Consequently, peer outreach workers could not distribute them during their HIV and other STI prevention outreach.

¹ Pliplat T, Kladsawas K, van Griensven, Wimonasate W. 2008. Results of the HIV surveillance among men who have sex with men (MSM) in Bangkok, Chiang Mai and Phuket: Proceedings for the Department of Disease Control Annual Conference, Ministry of Public Health, 11–13 February 2008, Bi-Tech Convention Centre (in Thai).

² SWING was formed in 2003 by staff and volunteers who formerly worked for the Empower Foundation on human rights for female sex workers. Most of the staff working with SWING were former sex workers. They were concerned about the vulnerability of MSW to HIV and other STIs. Since 2009, SWING is officially registered as a foundation under Thai law.

To address these problems, SWING started a revolving fund for condoms and water-based lubricants in 2006 using a small initial grant from a private donation. With just 3,000 THB (91 USD³), SWING bought an initial stock of condoms and water-based lubricants (sachets) from a Thai company with which SWING had developed a trusting relationship.

SWING started selling the commodities to four establishments as well as to individual MSW and TGSW, mainly freelance and street-based. Based on social marketing concepts, prices were determined through informal discussions with beneficiaries and stakeholders: 2 THB (0.06 USD) per condom (compared to an average of 10 THB [0.30 USD] in private stores), and 4 THB (0.12 USD) for a sachet of lubricant (compared to 10 THB [0.30 USD] in private stores). SWING's profit was 0.25 THB (0.01 USD) for each item.

By June 2009, the project was covering 54 establishments in 6 hotspot areas in Bangkok. It also reached a significant number of freelance MSW and TGSW⁴ in places such as parks, streets, and cinemas. A total of 119,000 condoms, 47,300 sachets of water-based lubricants, 42 cans⁵ of water-based lubricant, and 460 safer sex packages⁶ have been sold since the beginning of the project. From the initial capital of 3,000 THB, total assets have risen to more than 400,000 THB (12,120 USD), allowing SWING to maintain its commodity stock and meet its beneficiaries' needs.



With the success of the project, both in terms of increased access to condoms and lubricants among MSW and TGSW and profits, SWING shared its experience with other MSM and TG CBOs in Thailand that were interested in learning about the initiative. The project has since become a reference in Thailand, including the Global Fund (Round 8) project that supports MSM and MSW interventions in 14 provinces. SWING is planning to scale up the revolving fund project to other cities in Thailand.

³ Exchange rate used through the document is 33 THB = 1

⁴ The tools developed for this project do not allow tracking the number of MSW or TGSW (working as freelancers or in establishments) who bought commodities from SWING.

⁵ One can contains about 5 liters of water-based lubricant.

⁶ Safer sex package include two condoms, three water-based lubricant sachets, and an insert with information, education, and communication material on the use of condoms with water-based lubricant.

In the 1990s, the Thai government launched nationwide HIV/AIDS prevention programs to control and prevent sexually transmitted diseases and HIV infection. The national “100 Percent Condom Use Program” and prevention education were implemented throughout the country through mass media, peer education, and other outreach activities. As a result, annual infections among female sex workers (FSW) and their male clients were reduced from 143,000 in 1991 to 29,000 in 2001. However, MSW and their clients (mainly MSM), and TGSW were neglected by this program. Later, the findings of the integrated biological and behavioral survey (IBBS) among MSW in 2005 and 2007⁷ revealed that the HIV prevalence among MSW in Bangkok had increased from 19 percent to 25 percent. The same trend was also seen in Chiang Mai, where HIV prevalence went from 11 percent in 2005 to 15 percent in 2007. Meanwhile the HIV prevalence among men who have sex with men (MSM), who are also engage in commercial sex, in Bangkok increased from 17 percent in 2003 to 31 percent in 2007, while in Chiang Mai this HIV prevalence was 15 percent in 2005 and 17 percent in 2007.

Before 2004, there were sporadic interventions targeting MSM and MSW/TGSW in key hotspots in Bangkok. The coverage of HIV prevention was very limited, mainly due to a lack of attention from the government and international donors. This result was a lack of appropriate support and resources for a group that was even more highly vulnerable to HIV infection and other sexually transmitted infections (STIs) than its female counterpart.

In 2004, with support from FHI/Thailand and funding from USAID/RDMA, SWING started to implement a comprehensive package of services focusing on MSW and TGSW working in “hotspot” entertainment and public areas in Bangkok such as Surawongse, Silom, Sukhumvit, Sapankwai, Pradipat, and Sanam Luang. The comprehensive package included the implementation of behavior change interventions,⁸ distribution of condoms and water-based lubricants, referral to services (counseling and testing, STI, care and support, and treatment), and advocacy with local authorities. Other key interventions included empowerment and social activities and informal education. Since 2007, USAID/RDMA has funded SWING’s MSW program through Pact Thailand, which also provides organizational and capacity development (OCD). Since then, FHI’s support to SWING has focused on technical assistance to strengthen its program. SWING has successfully diversified its funding sources to strengthen and expand its program in Bangkok and scale it up in other cities such as Pattaya (2005) and recently in Koh Samui (2009).

⁷ Pliplat T, Kladsawas K, van Griensven, Wimonsate W. 2008. Results of the HIV surveillance among men who have sex with men (MSM) in Bangkok, Chiang Mai and Phuket: Proceeding for the Department of Disease Control Annual Conference, Ministry of Public Health, 11–13 February 2008, Bi-Tech Convention Centre [in Thai].

⁸ Behavior change interventions designed and implemented by SWING include individual-, group-, and community-level interventions.

During the first two years of program implementation (2004–2006), SWING faced challenges to increasing access to condoms and water-based lubricants for MSW and TGSW in Bangkok:

- » Condoms and lubricants sold in some entertainment establishments were priced too high for the majority of MSW and TGSW: a single condom was sold for about 10 THB (0.30 USD) to MSW and for up to 100 THB (2.80 USD) to clients.
- » There was limited access to water-based lubricant sachets or tubes, which were mainly sold in drugstores and supermarkets, again at a price the majority of MSW and TGSW considered unaffordable.
- » Governmental agencies and donors provided condoms to NGOs and CBOs working in HIV prevention in Thailand, but there were chronic shortage problems. In addition, the government did not supply water-based lubricants.
- » The majority of MSW and TGSW were not inclined to buy condoms if they could be supplied freely by SWING or other agencies. Thus, they tended to wait passively for distribution of free condoms and water-based lubricant sachets.
- » Until recently, USAID policies disallowed use of its funds to procure condoms or start revolving funds for condoms.
- » Social marketing strategies for condoms and water-based lubricants proposed by some INGOs were perceived as inappropriate for CBOs for three main reasons. First, there was a lack of initial capital to invest in procuring the primary stock of commodities (or the funds available from INGOs for procuring the primary stock had to be paid back). Second, promotional activities under the social marketing strategy were focused on a specific brand and thus were perceived by staff, and some beneficiaries and stakeholders, as commercial rather than social. Finally, the price set by the INGOs was not competitive with the commodities of similar quality offered locally.
- » Negotiations with establishment owners were challenging at the beginning of the project. SWING was not yet well known as a foundation for HIV prevention among MSW and TGSW, and beneficiaries initially viewed the revolving fund project as a business venture.



Some SWING staff did not think a social marketing strategy for selling condoms and water-based lubricants to MSW and TGSW would work. They thought MSW/TGSW and establishment owners would never buy the commodities from a CBO as long as local agencies implementing HIV interventions were distributing them free of charge. Others thought it could be an important HIV prevention program that could channel different prevention messages, such as “consistent condom use with a water-based lubricant.”

Given that one of basic principles of marketing is that the product marketed be available before promoting it, in 2006 SWING developed and launched a community-based revolving fund for condoms and water-based lubricants. The aim was to increase access to these commodities among MSW and TGSW in Bangkok. The effort was supported with technical assistance from FHI/Thailand’s program and technical officers, and with the resources from a private donation.

The main objectives of this project were as follows:

- » Sustain the supply of good-quality, inexpensive condoms and water-based lubricants for the program serving MSW and TGSW in Bangkok.
- » Promote consistent condom use with a water-based lubricant during anal sex to prevent HIV and other STI transmission and infection.
- » Establish a trusting relationship between SWING and the targeted establishment owners and managers to support SWING interventions, including the revolving fund project.

“We want the public to learn that MSW and TGSW are also socially responsible for HIV prevention work. Our condom program will help us to prove that prevention work can be done by a community-based organization and it can be successful too.”



SURANG JANYAM
SWING **FOUNDER AND**
DIRECTOR, 2009

Planning the project

In 2006, SWING received a private donation of 3,000 THB (91 USD) as initial capital to initiate and pilot the project. This donation was primarily used to buy 500 condoms and lubricant sachets and support the transportation for staff to buy the stock and sell it to beneficiaries. Meanwhile, FHI/Thailand provided technical guidance to SWING staff on key principles of social marketing and the concept of a revolving fund. After identifying the objectives, obstacles, and opportunities for the venture, the SWING team brainstormed strategies for establishing a trusting relationship with establishment owners and managers.

The team also mapped out different local manufacturers that could supply condoms and water-based lubricants at a low price. According to Saichon Sivaurai, the revolving

“SWING doesn’t make a huge profit out of condom and lubricant sale. We don’t want the bar owners to think that we are doing business with the program.”

SAICHON SIVAURAI
SWING REVOLVING FUND
PROGRAM **COORDINATOR** 2009

fund program coordinator of SWING, it took some time to identify local condom manufacturers that would be willing to provide inexpensive and good-quality condoms.⁹ Finally, they identified Chinteik Hygiene Products Co. to supply condoms at 1.75 THB (0.05 USD) each, and water-based lubricant sachets at 3.75 THB (0.11 USD) each.¹⁰

There was some difficulty deciding on a selling price for the commodities. The team conducted informal discussions with

beneficiaries to explore the minimum and maximum prices. At that time, the condoms available in the market cost 15–30 THB (0.45–0.91 USD) for a three-pack, and a sachet of water-based lubricant cost about 10 THB (0.30 USD). The team also discussed what profit margin could reasonably be added to the cost. The purpose of the margin was to support operational costs and future scale-up. The team wanted to keep the final selling price affordable for beneficiaries and ensure that the project would not be incorrectly perceived as a business. The profit margin was fixed at 0.25 THB (0.01 USD) for both a condom and a lubricant, resulting in a final price of 2 THB (0.06 USD) for a condom and 4 THB (0.12 USD) for a sachet of water-based lubricant.

⁹ In Thailand, external quality control for condoms is systematically conducted on a regular basis by the Department of Medical Sciences of the Thai Ministry of Public Health.

¹⁰ The condoms locally manufactured by this company are branded under the name Faire, and are exported to Europe and Australia. The company agreed to sell this brand to SWING for its revolving fund project, as it would not be competing with other brands sold in Thailand.

Introduction of the project to beneficiaries

SWING staff met with several establishment owners and MSW/TGSW in the targeted areas in Bangkok to introduce the foundation, explain the objectives and activities of the program, and introduce the revolving fund project. Establishment owners were more reluctant to purchase the commodities from SWING than MSW and TGSW at first, mainly because of a lack of trust in SWING for this kind of project. The latter thought it would be easier and more convenient to go to SWING rather than shops, and they also appreciated the lower prices. The team did not give up on the owners, however, and continued to visit establishments to implement outreach and skills-building workshops with MSW and TGSW. SWING staff always took the opportunity to discuss the revolving funds project with owners and managers. New establishments popping up in the targeted areas were approached in the same way. Progressively, SWING convinced more establishment owners and freelance MSW and TGSW to participate.

Setting up the system

One SWING staff managed procurement and supply of the commodities, stock, and coordination with outreach teams. SWING's director and deputy director provided supervision. The SWING team developed several tools to manage the project, such as a logbook, purchase order, and receipt forms, and they opened a bank account exclusively for the project. They learned how to prepare quotations, purchase orders, receipts, and to maintain their stocks using the logbook. To track progress, they held monthly meetings to discuss activities and identify new strategies to increase sales and scale up the project.

After several months of implementation, the team decided to set up a promotion to encourage establishment owners to buy more commodities. The system, called "Buy More, Get More," awards free condoms when a certain amount of condoms or lubricants is bought by beneficiaries.



“During the first few months there were only five bars who agreed to purchase condoms directly from us. But currently, the network with bar owners has expanded.”

SAICHON SIVAUAI
SWING REVOLVING FUND
PROGRAM **COORDINATOR** 2009

Beginning in 2007, 50 percent of total assets were invested in a three-month fixed account, while the remaining 50 percent was used for the revolving funds project to support the cost of renewing stock, transportation, packaging, and printed materials. In addition, SWING occasionally allocated some profits toward specific social and empowerment activities unrelated to this project and not funded by any donor. For example, some funds were used to support the organization of two-day camps for MSW and TGSW where prevention activities were organized and combined with social activities.

Also in 2007, the team introduced a new product, the “SWING Safer Sex Package.” The package included two condoms, three water-based lubricant sachets, and an insert with information on how to use condoms with water-based lubricants. The package is mainly sold to MSW and TGSW for 20 THB (0.61 USD).

In 2008, to satisfy increased demand, mainly from massage parlors and saunas, SWING began procuring water-based lubricants by the can for establishments to market under their own brand names in sachets, or to refill lubricant dispensers in massage rooms, “dark rooms,” and saunas.¹¹

¹¹ For these establishments, the bulk product was more convenient and cheaper.

Despite modest funding, SWING has achieved its objectives over the past three years. The profits have never been used to motivate staff to work harder or sell more, but rather to cover operational costs and expand project coverage. The number of establishments covered has increased from 4 in 2006 to 54 in 2009. This increase reflects the commitment and hard work of SWING staff in promoting and implementing the project, and it also reflects establishments' growing trust of SWING. It also demonstrates that owners have realized the importance and benefits of the project for their businesses. SWING staff say that because of the revolving fund project, establishment owners have become more engaged in responding to the HIV epidemic among MSM and MSW.



“We went out every day, even if it rained heavily. Some of the bar owners also wondered why we returned again and again.”

SAICHON SIVAURAI
SWING REVOLVING FUND
PROGRAM **COORDINATOR** 2009

Table 1 shows that SWING increased coverage of the revolving fund project, as measured by the number of establishments and amount and number of commodities sold.¹² However, in early 2009, donors began providing large numbers of condoms and lubricants to NGOs and CBOs to distribute at no charge to the same establishments targeted by the revolving funds project. This explains why the number of items distributed by SWING, particularly cans of lubricant, decreased from January to June 2009. In addition, SWING noticed that freelance MSW are now buying condoms and lubricants separately rather than safer sex packages. SWING is studying the reasons for these changes.

The 2007 round of national surveillance in Thailand revealed that 76 percent of MSW in Bangkok said they had received condoms and lubricants, versus 55 percent of MSM.¹³ Although the national surveillance system does not really record the impact of this revolving funds project on MSW, it may have contributed to this difference in terms of level of accesses to these commodities between MSW and MSM in Bangkok. In addition, the results of this project have convinced stakeholders to integrate specific questions related to social marketing of condoms and lubricants in surveillance tools and in the national framework of M&E for MSM HIV prevention and care services.¹⁴

¹² The tools developed for this project do not allow tracking of the number of MSW or TGSW (freelance or establishment-based) who bought the commodities directly from SWING.

¹³ Source: Thai Ministry of Public Health, Bureau of Epidemiology, 2007, Bangkok, Thailand.

¹⁴ Thai MSM Technical Working Group. Monitoring and evaluation indicators for MSM HIV prevention and care services in Thailand, USAID/RDMA, 2009, Bangkok, Thailand.

Table 1: Key Results of the Revolving Fund

	2007	2008	2009
Condoms Sold	22,728	61,188	35,126
Lube Sachets Sold	13,038	8,890	25,349
Lube Can Sold	-	33	9
Safer Sex Packages Sold	-	401	59
Establishments Covered	33	54	64
Total Sales in THB	97,605	148,894	133,551
Total Sales in USD	2,958	4,512	4,047

Source: SWING, from 2007 to June 2009

From the initial capital of 3,000 THB, assets now total more than 400,000 THB (June 2009), allowing SWING to maintain commodities stocks and to continue to scale up the project. SWING is expanding the implementation of this project to other cities: Pattaya in 2009, and other cities including Koh Samui in the near future.

1

Establishing

a trusting relationship among beneficiaries is crucial for successful implementation of revolving funds. Involvement of beneficiaries at the beginning of the project is vital to success. In addition, the project should include key advocacy activities to gain support from beneficiaries.

2

Knowledge

and skills related to marketing and financial management are needed to manage this type of project, especially if it needs to be scaled up to other areas or cities. During development of this document, it was sometimes difficult to find relevant data to show success, because the data were not tracked earlier. Therefore, appropriate capacity building on project management and social marketing should be planned for the staff working on this type of project. SWING will seek technical assistance from INGO/NGO or other agencies from the private sector for developing a marketing plan and strengthening project tools before scaling up.

3

Staff

commitment to the project is very important. Since the project started, SWING staff (a majority of whom are former sex workers) have been able to engage and convince owners and managers of targeted establishments to join the project. They conducted regular site visits and never gave up in the face of obstacles. SWING management provided consistent technical and moral support to their staff. It is vital that strategies for encouraging and motivating staff in charge of implementation are identified and supported throughout the project. Providing regular incentives using the profit gained from the project could also be considered. In SWING's case, it was collectively decided that the profits would be used only for supporting operational costs and scaling up the project.

“We always inform our staff, once they are hired, that they must use condoms with water-based lubricant for the prevention of HIV and STIs. It's a part of sexual life. If any customer wants to pay them more for not using a condom, they [the MSW] should seriously reconsider the offer. We don't mind if the customer refuses to use our services and go to another bar instead.”

ESTABLISHMENT OWNER

Availability

of affordable condoms and water-based lubricants in the country is one of the key factors that will determine the feasibility and success of this project. Therefore, before planning a similar project, it is important to identify the manufacturers of the commodities. With new policies from some donors, it is now possible for a CBO to use the commodities the donors are supplying under a revolving fund project/strategy developed by the CBO. This could be another option for starting the project,

but it is not sustainable if there is no local manufacturer that can supply inexpensive condoms and water-based-lubricants for the time when the donors withdraw their aid. Importing commodities would be expensive and unsuitable for a community-based revolving fund project.

“We want to reduce investment costs for our services.

Sometimes we do not have any condoms and/or water-based lubricant in stock and we must go to a nearby store or a drugstore to buy these commodities for our client, but it is too expensive! Luckily, SWING has inexpensive condoms and water-based lubricant for us, and it's a good quality too.”

ESTABLISHMENT'S OWNER

A revolving fund project

may be undermined by free distribution of commodities from other programs or donors. Therefore, the possibility of negotiating with other programs or donors should be explored, the idea being to set aside a portion of commodities for distribution via a revolving funds, and the remainder to be

used for free distribution during events or activities related to community mobilization, targeted campaigns, or specific subpopulations that can't afford to buy condoms and lubricants.

The revolving fund is not a standalone project, but is rather embedded in the current SWING program. SWING program activities and those of the revolving funds are complementary and synergistic. In fact, the existing program enabled implementation of the revolving fund project. Therefore, before implementing a revolving fund project, an HIV prevention program should already be well established.

The implementation of the SWING community-based revolving fund project shows encouraging results for the sustainability of the supply of condoms and water-based lubricants to beneficiaries. Although it has not been formally evaluated, this project may have contributed to the increased access of these commodities among MSW and TGSW in Bangkok.

Despite limited resources, support, skills, and challenges at the beginning, SWING is eager to continue the project. This revolving fund project can be further strengthened to become a model for other CBOs working with vulnerable populations.



SWING TEAM BANGKOK

การดำเนินโครงการกองทุนหมุนเวียนเพื่อการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นสำหรับชายบริการใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งริเริ่มก่อตั้งโดยมูลนิธิเพื่อนพนักงานบริการ (สวิง) ถือเป็นโครงการตัวอย่าง โครงการหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของชุมชนในการมีส่วนร่วมในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการ แม้ว่าจะมีปัญหาและอุปสรรคมากมายแต่โครงการนี้ก็สามารถดำเนินการจนบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำที่มีคุณภาพดีและราคาไม่แพง รวมทั้งรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยร่วมกับสารหล่อลื่นชนิดน้ำทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์ทางทวารหนัก เพื่อป้องกันการติดเชื้อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการในกรุงเทพฯ และที่สำคัญโครงการนี้แสดงให้เห็นว่าการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีและความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรชุมชนเช่นสวิงกับเจ้าของสถาน บริการ เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศแห่งสหรัฐอเมริกา (USAID) โดยผ่านทางองค์กรแพค ประเทศไทย และองค์การแพมิลี่ เฮลท์ อินเตอร์เนชันแนล (FHI) ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนทางวิชาการอย่างต่อเนื่องโดยเจ้าหน้าที่ของ FHI โดยเฉพาะฟิลลิป จีโรต์ และศิโรจน์ จิตต์แจ้ง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะและกรอบแนวคิดที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทัศนศาสตร์ ทัศนศาสตร์ ให้ข้อเสนอแนะ จอห์น แองเกิลส์ ตรวจสอบแก้ไขเอกสารฉบับภาษาอังกฤษ จิตตินิ์ เขียนวิจิตร แปลเอกสาร เป็นภาษาไทย อรรถกฤษ งามวงษ์ ตรวจสอบความสมบูรณ์ของทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และกฤตพร เต็มวาณิช เป็นผู้ออกแบบจัดวางรูปเล่มของเอกสารนี้

ขอแสดงความยินดีกับทีมสวิง – สุรางค์ จันทรไธม์ ผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการสวิง สายชล ศิวะอุไร ผู้ประสานงานโครงการกองทุนถุงยางอนามัย และเจ้าหน้าที่ทุกคนของสวิงที่ทุ่มเททำงานให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ขอขอบคุณ ชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนโครงการนี้ด้วยดีเสมอมา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	14
ความเป็นมา	16
เหตุผลในการจัดตั้งกองทุน	18
การก่อตั้งกองทุน	20
ผลการดำเนินงาน	23
บทเรียนจากการทำงาน	25
บทสรุป	27

จากผลการศึกษาความชุกและปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี ในปี 2548 และปี 2550¹ พบว่าอัตราการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการในกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19 เป็นร้อยละ 25 ในช่วงสองปีดังกล่าว เช่นเดียวกับในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอัตราการติดเชื้อในกลุ่มชายบริการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11 ในปี 2548 เป็นร้อยละ 15 ในปี 2550 ส่วนการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชาย ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจทางเพศเช่นกัน ในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17 ในปี 2546 เป็นร้อยละ 31 ในปี 2550 ขณะที่อัตราการติดเชื้อเอชไอวีในประชากรกลุ่มนี้ในจังหวัดเชียงใหม่คือร้อยละ 15 ในปี 2548 และร้อยละ 17 ในปี 2550

ก่อนปี 2547 การดำเนินโครงการเพื่อป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการในพื้นที่ที่มีการขายบริการในกรุงเทพมหานครยังมีน้อยมากและไม่ทั่วถึง จนกระทั่งมูลนิธิเพื่อนพนักงานบริการหรือสวิง² ซึ่งเป็นองค์กรชุมชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศแห่งสหรัฐอเมริกา สำนักงานภูมิภาคเอเชีย (USAID/ RDMA) ผ่านทางองค์การแพมิลีเฮลท์ อินเตอร์เนชันแนล (FHI) สำนักงานประเทศไทย เพื่อดำเนินโครงการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและดูแลรักษาผู้ติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการ ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา สวิงได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศแห่งสหรัฐอเมริกา สำนักงานภูมิภาคเอเชีย ผ่านทางองค์กรแพค ประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้กับสวิง ในขณะที่องค์การแพมิลีเฮลท์ อินเตอร์เนชันแนล ยังคงให้การสนับสนุนทางวิชาการแก่สวิงอย่างต่อเนื่อง และตั้งแต่ปี 2550 สวิงประสบความสำเร็จในการพัฒนาและขยายโครงการทั้งในกรุงเทพมหานครและพัทยา ในปี 2552 สวิงได้ ขยายโครงการไปที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอีกด้วย

ก่อนปี 2547 การแจกจ่ายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำให้กับชายบริการและชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายในกรุงเทพมหานครและพื้นที่อื่นๆในประเทศไทยที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวีขาดความต่อเนื่อง นอกจากนี้ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นก็ยังมีปริมาณจำกัด เนื่องจากการสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ ที่มีงบประมาณจำกัด ในขณะเดียวกัน ราคาถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นที่จำหน่ายในร้านค้าที่เป็นที่รู้จักกันในประเทศไทยก็มีราคาสูง ซึ่งชายบริการไม่มีกำลังที่จะซื้อได้

สวิงประสบกับปัญหาและอุปสรรคมากมายในการจัดตั้งกลไกที่มีประสิทธิภาพที่จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นที่มีราคาไม่แพงให้มากขึ้น อุปสรรคประการหนึ่งก็คือ การขาดการสนับสนุนถุงยางอนามัยอย่างเพียงพอและต่อเนื่องจากผู้ให้ทุนและรัฐบาล นอกจากนี้องค์กรชุมชนที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นเช่นสวิงต้องปฏิบัติตามนโยบายขององค์กรพัฒนาเอกชนระหว่างประเทศที่ห้ามจำหน่ายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงสังคม ข้อจำกัดต่างๆ เหล่านี้ ทำให้สวิงขาดแคลนถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่น และส่งผลให้เจ้าหน้าที่ภาคสนามของสวิงไม่สามารถแจกจ่ายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นให้ชายบริการในระหว่างที่ทำการรณรงค์ได้

¹ ธนรักษ์ ผลิพัฒน์, กิรติกานต์ กลัดสวัสดิ์, van Griensven, วิภาค วิมลเศรษฐ์, 2551. ผลการศึกษาความชุกและปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ตเอกสารประกอบการสัมมนาของ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 11-13 กุมภาพันธ์ 2551, ศูนย์นวัตกรรมการและการประชุมไบเทค บางนา

² องค์กรสวิงตั้งขึ้นเมื่อปี 2546 โดยเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครซึ่งเคยทำงานกับมูลนิธิส่งเสริมโอกาสผู้หญิง (เอ็มพาวเวอร์) ที่เน้นการทำงานด้านสิทธิมนุษยชนของหญิงบริการ เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ของสวิงเคยเป็นพนักงานบริการมาก่อน จึงมีความตระหนัก เกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวีและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในกลุ่มชายบริการ องค์กรสวิงจดทะเบียนจัดตั้งเป็น มูลนิธิตามกฎหมาย ในปี 2552

สวิงได้ริเริ่มก่อตั้งกองทุนถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำในปี 2549 เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวข้างต้น ด้วยเงินบริจาคเพียง 3,000 บาท (หรือ 91 ดอลลาร์สหรัฐ)³ โดยสวิงได้ซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดที่บรรจุเป็นซองจากบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่สวิงรู้จักและได้รับความไว้วางใจเป็นอย่างดี และเริ่มต้นขายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นให้กับสถานบริการ 4 แห่ง และชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการซึ่งส่วนใหญ่ขายบริการแบบอิสระ (freelance) และประจำอยู่ตามถนนย่านที่เป็นที่รู้จักกันดี (street-based) จากแนวคิดการตลาดเชิงสังคม สวิงใช้วิธีกำหนดราคาโดยการหารือกับกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้ ถุงยางอนามัยขายชิ้นละ 2 บาท (0.06 ดอลลาร์สหรัฐ) ขณะที่ในร้านค้าทั่วไปขายประมาณชิ้นละ 10 บาท (0.30 ดอลลาร์สหรัฐ) สารหล่อลื่นแบบซอง ขายซองละ 4 บาท (0.12 ดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งในร้านทั่วไปขายซองละประมาณ 10 บาท หรือ 0.30 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสวิงได้กำไรจากการขายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชิ้นละ 25 สตางค์ (0.01 ดอลลาร์สหรัฐ)

ในเดือนมิถุนายน 2552 สวิงมีลูกค้าซึ่งเป็นสถานบริการ 54 แห่ง กระจายอยู่ใน 6 พื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร และยังมีลูกค้าที่เป็นชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการ⁴ ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สวนสาธารณะ ถนนต่างๆ และในโรงภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก โดยมียอดขาย ถุงยางอนามัยทั้งหมด 119,000 ชิ้น สารหล่อลื่น 47,300 ซอง และ 42 แกลลอน⁵ และ ชุดเซฟเซ็กซ์จำนวน 460 ชุด⁶ จากเงินทุนตั้งต้นเพียง 3,000 บาท สวิงมีรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 400,000 บาท (12,120 ดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งทำให้สวิงสามารถนำรายได้ไปซื้อสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้



ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่น
ที่ขายให้กับชายบริการและสถานบริการ

หลังจากโครงการประสบความสำเร็จ ทั้งในด้านการเพิ่มการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการและด้านการสร้างผลกำไร สวิงจึงได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับองค์กรชุมชนที่ทำงานกับกลุ่มชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายและสาวประเภทสองในประเทศไทยที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับโครงการนี้ โดยโครงการนี้ถือเป็นโครงการแบบอย่างให้กับโครงการอื่นๆ ในประเทศไทย เช่น โครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนโลกรอบที่ 8 ซึ่งสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในกลุ่มชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายและชายบริการใน 14 จังหวัด (ในปี 2552-2553) นอกจากนี้สวิงยังมีแผนที่จะขยายกองทุนถุงยางอนามัยในพื้นที่อื่นๆ ในประเทศไทยอีกด้วย

³ อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับ 33 บาท

⁴ เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นสำหรับโครงการนี้ ไม่สามารถบอกจำนวนชายและสาวประเภทสองชายบริการ (ที่ทำงานอิสระหรือ ในสถานบริการ) ที่ซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นจากสวิงได้

⁵ สารหล่อลื่นชนิดน้ำหนึ่งแกลลอน เท่ากับ 5 ลิตร

⁶ ชุดเซฟเซ็กซ์ ประกอบด้วยถุงยางอนามัย 2 ชิ้น สารหล่อลื่นชนิดน้ำ 3 ซอง และเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี และวิธีการใช้ถุงยางอนามัยร่วมกับสารหล่อลื่นชนิดน้ำ

ส่งเสริมศักยภาพ กิจกรรมทางสังคม และจัดให้มีการศึกษานอกระบบ เป็นต้น ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา มูลนิธิเพื่อนพนักงานบริการ (สวิง) ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศแห่ง สหรัฐอเมริกา สำนักงานภูมิภาคเอเชีย โดยผ่านทางองค์กรแพค ประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ในการช่วย พัฒนาศักยภาพองค์กรให้แก่สวิงด้วย และตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา องค์กรแฟมิลี่ เฮลท์ อินเตอร์เนชั่นแนล ได้ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนด้านวิชาการแก่สวิง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของโครงการและพัฒนา ศักยภาพของเจ้าหน้าที่โครงการ สวิงประสบความสำเร็จในการหาเงินสนับสนุนโครงการจากแหล่งทุน อื่นๆ และสามารถขยายโครงการในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดอื่นๆ ได้อีกด้วย โดยในปี 2548 สวิงขยายโครงการไปที่พัทยา จังหวัดชลบุรี และในปี 2552 ได้ขยายโครงการไปยังเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในช่วงสองปีแรกของการดำเนินโครงการดังกล่าวข้างต้น (ปี 2547-2549) สวิงประสบกับความท้าทายในการเพิ่มการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการในกรุงเทพมหานคร อันเนื่องมาจากสาเหตุดังต่อไปนี้

- » ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นที่ขายในสถานบริการบางแห่งราคาแพงเกินไป โดยถุงยางอนามัยจะขายให้ชายหรือสาวประเภทสองที่ขายบริการในราคาชิ้นละประมาณ 10 บาท (0.3 ดอลลาร์สหรัฐ) และเมื่อขายให้กับลูกค้า ราคาจะพุ่งสูงถึง 100 บาท (2.8 ดอลลาร์สหรัฐ)
- » สารหล่อลื่นชนิดน้ำที่เป็นของหรือเป็นหลอดซึ่งส่วนใหญ่จะมีขายตามร้านขายยาและซูเปอร์มาร์เก็ต ทำให้เข้าถึงได้ยากและราคาก็สูงเกินกว่าที่ขายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการส่วนใหญ่จะสามารถซื้อได้
- » หน่วยงานภาครัฐและองค์กรผู้ให้ทุนได้ให้การสนับสนุนถุงยางอนามัยแองค์กรพัฒนาเอกชนและองค์กรชุมชนที่ทำงานด้านการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในประเทศไทย แต่ไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง และรัฐบาลไทยเองก็ไม่ได้ให้การสนับสนุนสารหล่อลื่นชนิดน้ำด้วย
- » ชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการส่วนใหญ่ มักไม่ยอมซื้อถุงยางอนามัยเองเพราะ เคยได้รับถุงยางฟรีจากสวิงหรือองค์กรอื่นๆ ดังนั้น เขาก็มักจะรอรับถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นที่แจกฟรีเท่านั้น
- » ก่อนหน้านี้ องค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศแห่งสหรัฐอเมริกา มีนโยบายห้ามนำเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรฯ ไปใช้เพื่อซื้อถุงยางอนามัย หรือจัดตั้งกองทุนถุงยางอนามัย
- » กลยุทธ์การตลาดเชิงสังคมสำหรับถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำที่ดำเนินการโดย องค์กรพัฒนาเอกชนระหว่างประเทศบางองค์กรไม่เหมาะสมกับองค์กรชุมชนด้วยเหตุผล 3 ประการ ประการแรก องค์กรชุมชนไม่มีเงินทุนตั้งต้นเพื่อซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นในช่วงแรกของการดำเนินการ (หรือหากยืมเงินจากองค์กรพัฒนาเอกชนระหว่างประเทศได้ก็จะต้องชดใช้คืนภายหลัง) ประการที่สอง การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ภายใต้แนวคิดการตลาดเชิงสังคมจะมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์เฉพาะของตนเอง ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ กลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่าเป็นกิจกรรมเชิงธุรกิจมากกว่าเพื่อสังคม และประการสุดท้ายคือ ราคาสินค้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนระหว่างประเทศกำหนดขึ้นนั้นไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าที่มีคุณภาพในระดับเดียวกันที่ขายตามท้องตลาดทั่วไปได้



สวิงรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยในพื้นที่ที่มีการขายบริการในกรุงเทพฯ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี

- » การเจรจากับสถานบริการเป็นสิ่งที่ท้าทายในช่วงเริ่มต้นโครงการ เนื่องจากสวิงยังไม่มีที่รู้จักกันทั่วไปในนามมูลนิธิเพื่อการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการ และในช่วงแรกกลุ่มเป้าหมายเองก็มองว่ากองทุนถุงยางอนามัยเป็นการดำเนินการเพื่อประโยชน์เชิงธุรกิจ

เจ้าหน้าที่ของสวิงบางคนเองก็ไม่คิดว่ากลยุทธ์การตลาดเชิงสังคมที่จะขายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นให้กับชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการจะได้ผล พวกเขาไม่คิดว่าเจ้าของสถานบริการจะซื้อถุงยางอนามัยจากองค์กรชุมชน トラบไต่ที่ยังมีการแจกจ่ายถุงยางอนามัยฟรี บางคนคิดว่าโครงการนี้น่าจะเป็นโครงการที่สำคัญโครงการหนึ่ง ที่จะเป็นช่องทางในการสร้างความรู้ในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีได้ เช่น ให้ความรู้เพื่อส่งเสริม "การใช้ถุงยางอนามัยร่วมกับสารหล่อลื่นชนิดน้ำทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์" เป็นต้น

หลักการพื้นฐานของการตลาดอย่างหนึ่ง คือจะต้องมีสินค้าก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้านั้นๆ ดังนั้นในปี 2549 สวิงจึงได้คิดริเริ่มที่จัดตั้ง

กองทุนถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการในกรุงเทพมหานคร โดยใช้เงินที่มีผู้บริจาคให้ในการจัดตั้งกองทุน และองค์การแฟมิลี เฮลท์ อินเตอร์เนชั่นแนล สำนักงานประเทศไทยได้ให้การสนับสนุนทางวิชาการในจัดตั้งกองทุนถุงยางอนามัยแก่สวิง

วัตถุประสงค์หลักของโครงการกองทุนถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำ มีดังต่อไปนี้

- » เพื่อจัดให้มีถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำที่มีคุณภาพและราคาไม่แพงสำหรับชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการในกรุงเทพมหานคร
- » เพื่อรณรงค์ให้ใช้ถุงยางอนามัยร่วมกับสารหล่อลื่นชนิดน้ำทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์ทางทวารหนัก เพื่อป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่นๆ
- » เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดี และความไว้วางใจระหว่างสวิงกับเจ้าของและผู้จัดการสถานบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินโครงการต่าง ๆ รวมทั้งกองทุนฯ ของสวิงได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสถานบริการเหล่านี้

“เรา ต้องการให้สาธารณชนตระหนักว่าชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการป้องกัน การติดเชื้อเอชไอวี โครงการกองทุนถุงยางฯ ของเราจะช่วยพิสูจน์ให้เห็นว่าองค์กรชุมชนสามารถทำงานด้านการป้องกันได้และสามารถประสบผลสำเร็จได้เช่นกัน”

สุรางค์ จันทร์แย้ม

ผู้ก่อตั้งและ
ผู้อำนวยการสวิง

2552



วางแผนโครงการ

ในปี 2549 มีผู้บริจาคเงินให้สวิงจำนวน 3,000 บาท (91 ดอลลาร์สหรัฐ) เพื่อเป็นทุนในการจัดตั้งกองทุนฯ สวิงจึงนำเงินจำนวนนี้ไปซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นจำนวน 500 ชุด และใช้เป็นค่าเดินทางสำหรับเจ้าหน้าที่ในการไปซื้อและขายสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันองค์การแพมิลีเฮลท์ อินเตอร์เนชันแนล สำนักงานประเทศไทย ได้ให้ความรู้และคำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่ของสวิงเกี่ยวกับหลักการสำคัญของการตลาดเชิงสังคม และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งกองทุนฯ หลังจากที่สวิงได้กำหนดวัตถุประสงค์ และพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคต่างๆ ในการจัดตั้งกองทุนฯ แล้ว คณะทำงานได้ร่วมกันระดมสมองเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการที่จะสร้างสัมพันธภาพที่ดี และความไว้วางใจกับเจ้าของและผู้จัดการของสถานบริการ

คณะทำงานของสวิงยังได้หาข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นที่อาจจะขายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นให้สวิงได้ในราคาถูก สายชล ศิวะอุไร ผู้ประสานงานโครงการ กองทุนฯ กล่าวว่า

“สวิง” ไม่ได้หวังผลกำไร
มากมายจากการขาย
ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่น เราไม่ต้อง
การให้เจ้าของบาร์คิดว่าเรากำลังทำธุรกิจ
จากโครงการถุงยางฯ”

สายชล ศิวะอุไร
ผู้ประสานงานโครงการกองทุน
ถุงยางอนามัยของสวิง 2552

ต้องใช้เวลามากพอสมควรกว่าจะสามารถหาบริษัทที่ผลิตถุงยางอนามัยที่มีคุณภาพดีและราคาถูก แต่ในที่สุดสวิงก็สามารถหาได้ โดยบริษัทชินเทคไฮยีนโปรดักส์ บจก. (Chinteik Hygiene Products Co.) ตกลงขายถุงยางอนามัยให้สวิงในราคา ชิ้นละ 1.75 บาท (0.05 ดอลลาร์สหรัฐ) และสารหล่อลื่นชนิดน้ำซองละ 3.75 บาท (0.11 ดอลลาร์สหรัฐ)¹⁰

การกำหนดราคาขายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักสำหรับคณะทำงานของสวิง จึงต้องมีการพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไม่เป็นทางการเพื่อที่จะหาข้อมูลราคาต่ำสุดและสูงสุดที่ขายกันอยู่จากการพูดคุยในขณะนั้นพบว่าถุงยางอนามัยที่ขาย

กันอยู่ในท้องตลาด คือ 3 ชั้น (1 แพ็ค) ราคาประมาณ 15-30 บาท (0.45-0.91 ดอลลาร์สหรัฐ) และสารหล่อลื่นชนิดน้ำราคาซองละประมาณ 10 บาท (0.30 ดอลลาร์สหรัฐ) นอกจากนี้คณะทำงานยังได้หารือกันว่าผลกำไรที่จะเกิดขึ้นจะต้องมีความเหมาะสมโดยมุ่งที่จะนำผลกำไรที่ได้มาใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินการและเพื่อขยายโครงการในอนาคตเท่านั้น สวิงต้องการที่จะตั้งราคาขายให้อยู่ในระดับที่กลุ่มเป้าหมายมีกำลังที่จะซื้อได้ และจะได้ไม่ถูกมองว่าโครงการนี้เป็นโครงการเชิงธุรกิจ ดังนั้นจึงตั้งผลกำไรไว้ที่ 25 สตางค์ (0.01 ดอลลาร์สหรัฐ) ต่อชิ้น เท่านั้น คือถุงยางอนามัยขายราคาชิ้นละ 2 บาท (0.06 ดอลลาร์สหรัฐ) และสารหล่อลื่นขายราคาซองละ 4 บาท (0.12 ดอลลาร์สหรัฐ)

¹⁰ ถุงยางอนามัยที่ผลิตโดยบริษัทนี้ คืออีฟเฟร์ (Faire) ซึ่งส่งออกไปยังทวีปยุโรปและออสเตรเลีย บริษัทตกลงที่จะขายถุงยางอนามัยให้กับสวิงในโครงการนี้ เนื่องจากไม่เป็นการแข่งขันกันยี่ห้ออื่นที่บริษัทผลิตในประเทศไทย

แนะนำโครงการสู่กลุ่มเป้าหมาย

เจ้าหน้าที่ของสวิงได้ติดต่อและพูดคุยกับเจ้าของสถานบริการหลายแห่ง รวมทั้งชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการในพื้นที่เป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อที่จะแนะนำองค์กรชี้แจงวัตถุประสงค์และกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ พร้อมทั้งอธิบายเกี่ยวกับกองทุนฯ ด้วย ซึ่งในช่วงแรกเจ้าของสถานบริการหลายแห่งมีความลังเลมากกว่าชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการที่จะสั่งซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นจากสวิง เนื่องจากยังไม่ไว้วางใจในการเข้าร่วมโครงการในลักษณะนี้ ในขณะที่ชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการกลับรู้สึกว่าการซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นจากสวิงง่ายและสะดวกกว่าที่จะไปซื้อร้านทั่วไปอีกทั้งยังมีราคาถูกกว่าอีกด้วย อย่างไรก็ตามสวิงก็ได้ท้อแท้และยังคงส่งเจ้าหน้าที่ไปทำกิจกรรมภาคสนามและกิจกรรมกลุ่มในสถานบริการเหล่านี้ต่อไป โดยเจ้าหน้าที่ของสวิงมักจะใช้โอกาสนี้ในการพูดคุยกับเจ้าของและผู้จัดการสถานบริการเกี่ยวกับกองทุนฯ อยู่บ่อยๆ นอกจากนี้สวิงก็ยังเข้าไปแนะนำโครงการนี้กับสถานบริการที่ดั่งขึ้นใหม่ในพื้นที่เป้าหมายด้วยวิธีการเดียวกัน ในเวลาต่อมาสวิงเริ่มประสบความสำเร็จในการทำให้อำนาจของสถานบริการและพนักงานทั้งชายและสาวประเภทสองตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากขึ้น

จัดตั้งระบบ

สวิงได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่หนึ่งคนทำหน้าที่ จัดซื้อและรับผิดชอบเรื่องปริมาณสินค้าในสต็อกรวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ภาคสนาม โดยมีผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการของสวิงเป็นผู้ควบคุมดูแลอีกระดับหนึ่ง นอกจากนี้สวิงได้จัดเตรียมเครื่องมือต่างๆ เพื่อใช้สำหรับโครงการนี้โดยเฉพาะ ได้แก่ สมุดบันทึกรายการสินค้าใบสั่งซื้อ และใบเสร็จรับเงิน รวมทั้งได้เปิดบัญชีเงินฝากที่ใช้สำหรับโครงการนี้เท่านั้น เจ้าหน้าที่ของสวิงได้เรียนรู้วิธีทำใบเสนอราคา ใบสั่งซื้อ ใบเสร็จรับเงิน และการควบคุมและตรวจสอบปริมาณสินค้าโดยใช้สมุดบันทึกรายการสินค้า นอกจากนี้ยังจัดให้มีการประชุมประจำเดือนเพื่อติดตามความคืบหน้าและเพื่อหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ในการเพิ่มยอดขายและหาความเป็นไปได้ในการขยายโครงการอีกด้วย

หลังจากดำเนินโครงการได้ในระยะหนึ่งแล้ว สวิงได้คิดค้นกลวิธีในการจูงใจให้เจ้าของสถานบริการสั่งซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเรียกว่า “ยิ่งซื้อ

ยิ่งได้มาก” (Buy More, Get More) โดยหากเจ้าของสถานบริการสามารถขายถุงยางอนามัยหรือสารหล่อลื่นได้ตามที่กำหนด สวิงก็มอบถุงยางอนามัยหรือสารหล่อลื่นให้ฟรีจำนวนหนึ่ง



“ในช่วง 2-3 เดือนแรกของโครงการเรามีลูกค้าคือบาร์เพียง 5 แห่งแต่ปัจจุบันเครือข่ายของเรากับเจ้าของสถานบริการได้ขยายไปมากขึ้น”

สายชล ศิวะอุไร

ผู้ประสานงานโครงการกองทุนฯ 2552

ในต้นปี 2550 สวิงได้เริ่มนำผลกำไรที่ได้ครึ่งหนึ่ง ไปฝากบัญชีเงินฝากประจำ 3 เดือน และเก็บส่วนที่เหลือไว้เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อสินค้า ค่าเดินทาง บรรจุภัณฑ์ และค่าพิมพ์เอกสารต่างๆ และบางครั้งสวิงได้นำผลกำไรจากกองทุนฯ ส่วนหนึ่ง ไปใช้ทำกิจกรรมทางสังคมและการสร้างเสริมศักยภาพอื่นๆ ซึ่งไม่มีผู้ให้ทุนสนับสนุน เช่น เงินบางส่วนนำมาใช้สนับสนุนการจัดค่ายความรู้สำหรับชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการ ซึ่งเป็นการจัดร่วมกับกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ

นอกจากนี้ในปี 2550 สวิงยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ชุดสำหรับการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย (ชุดเซฟเซ็กซ์) ซึ่งประกอบด้วยถุงยางอนามัย 2 ชิ้น สารหล่อลื่น 3 ซอง และข้อมูลวิธีการใช้ถุงยางอนามัยร่วมกับสารหล่อลื่น โดยชุดเซฟเซ็กซ์ชิ้นส่วนใหญ่จะขายให้กับชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการในราคาชุดละ 20 บาท (0.61 ดอลลาร์สหรัฐ)

เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้า โดยเฉพาะร้านนวดและชาน้ำ ในปี 2551 สวิงได้จัดซื้อสารหล่อลื่นขนาดเกลลอนและจำหน่ายให้กับสถานบริการที่ต้องการจะนำไปขายต่อภายใต้แบรนด์ของตนเอง หรือเพื่อใช้เติมในห้องนวด “ห้องมืด” และชาน้ำ¹¹

¹¹ สำหรับสถานบริการเหล่านี้ การซื้อสินค้าในปริมาณมากจะสะดวกกว่าและถูกกว่า

แม้ว่าสวิงจะมีทุนเริ่มต้นในการจัดตั้งกองทุนฯ ไม่มากนักแต่ภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาสวิงก็สามารถประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ผลกำไรที่ได้ไม่ได้นำมาใช้เพื่อกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ทำงานหนักมากขึ้นหรือเพื่อให้ทำยอดขายให้ได้มากขึ้น แต่นำมาใช้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและเพื่อขยายโครงการไปยังพื้นที่อื่นๆ ต่อไป ดังจะเห็นได้ว่าจำนวนสถานบริการที่เป็นลูกค้าของสวิงได้เพิ่มขึ้นจาก 4 แห่งในปี 2549 เป็น 54 แห่งในปี 2552 ความสำเร็จนั้นนอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและการทำงานอย่างหนักของเจ้าหน้าที่สวิงแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นว่าสถานบริการเหล่านี้ให้ความไว้วางใจสวิงมากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้เจ้าของสถานบริการยังเล็งเห็นว่าโครงการนี้ มีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขาเช่นกัน เจ้าหน้าที่ของสวิงกล่าวว่า โครงการกองทุนฯ ยางอนามัยนี้ทำให้เจ้าของสถานบริการให้ความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ขายบริการมากขึ้น



“เราออกไปทำงานทุกวันไม่เคยเว้น แม้ว่าฝนจะตกหนัก เจ้าของบาร์บางแห่งก็ประหลาดใจว่าทำไมเรายังกลับมาเยี่ยมเขาครั้งแล้วครั้งเล่า”

สายชล ศิวะอุไร

ผู้ประสานงานโครงการกองทุนฯ 2552

ตารางที่ 1 แสดงผลการดำเนินโครงการกองทุนฯ ที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาจากจำนวนสถานบริการและยอดขาย

ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่น¹² อย่างไรก็ตามในต้นปี 2552 ผู้ให้ทุนได้สนับสนุนถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นจำนวนมากให้กับองค์กรพัฒนาเอกชนและองค์กรชุมชน เพื่อนำไปแจกจ่ายฟรีให้แก่สถานบริการซึ่งเป็นลูกค้าของโครงการกองทุนฯ จะเห็นได้ว่ายอดขายสารหล่อลื่นขนาดเกลกลอนได้ลดลงในช่วงเดือนมกราคมถึงมิถุนายน ปี 2552 นอกจากนี้ สวิงตั้งข้อสังเกตว่าชายขายบริการประเภทอิสระมักจะซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นแยกต่างหาก มากกว่าที่จะซื้อแบบเป็นชุดอย่างชุดเซฟเซ็กซ์ ซึ่งสวิงกำลังศึกษาถึงเหตุผลของการเปลี่ยนแปลงนี้อยู่

จากผลการเฝ้าระวังการติดเชื้อเอชไอวีในประเทศไทย ในปี 2550 พบว่า ร้อยละ 76 ของชายบริการบอกว่าพวกเขาเคยได้รับแจกถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่น ขณะที่ร้อยละ 55 ของชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายบอกว่าเคยได้รับแจก¹³ แม้วาระบบการเฝ้าระวังนี้ จะไม่สามารถสะท้อนให้เห็นว่าการดำเนินการของกองทุนฯ มีผลต่อการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นของชายบริการก็ตาม แต่กองทุนฯ อาจจะเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยให้เกิดความแตกต่างของอัตราการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นระหว่างชายบริการและชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชายในกรุงเทพมหานครก็ได้ นอกจากนี้ โครงการนี้ยังทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบูรณาการคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเชิงสังคมที่เกี่ยวกับถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นเข้าไปในแบบสอบถามในการเฝ้าระวัง และในกรอบการติดตามและประเมินผลระดับประเทศสำหรับโครงการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและการดูแลรักษาผู้ติดเชื้อเอชไอวีอีกด้วย¹⁴

¹² เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นสำหรับโครงการนี้ ไม่สามารถบอกจำนวนชายและสาวประเภทสองชายบริการ (ที่ทำงานอิสระหรือในสถานบริการ) ที่ซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นจากสวิงได้

¹³ ที่มา สำนักระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข, 2550, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

¹⁴ Thai MSM Technical Working Group. Monitoring and evaluation indicators for MSM HIV prevention and care services in Thailand, USAID/RDMA, 2009, Bangkok, Thailand

ตารางที่ 1 ผลการดำเนินโครงการกองทุนฯ
ที่มา สวิง ข้อมูลจากปี 2550 ถึงเดือนมิถุนายน 2552

	2550	2551	2552
ยอดขายถุงยางอนามัย (ชิ้น)	22,728	61,188	35,126
ยอดขายสารหล่อลื่น (ซอง)	13,038	8,890	25,349
ยอดขายสารหล่อลื่น (แกลลอน)	-	33	9
ยอดขายชุดเซฟเซ็กซ์	-	401	59
จำนวนสถานบริการที่เป็นลูกค้า	33	54	64
ยอดขาย (บาท)	97,605	148,894	133,551
ยอดขาย (ดอลลาร์สหรัฐ)	2,958	4,512	4,047

จากการเริ่มต้นกองทุนฯ ด้วยเงินทุนเพียง 3,000 บาท ตอนนี้สวิงสามารถทำกำไรได้มากกว่า 400,000 บาท (ณ เดือนมิถุนายน 2552) ซึ่งทำให้สวิงสามารถดำเนินโครงการได้อย่างต่อเนื่องและขยายโครงการออกไปได้อีก ซึ่งขณะนี้สวิงได้ขยายการดำเนินการของกองทุนฯ ไปยังพัทยาและเกาะสมุยแล้ว

1

การสร้าง

สัมพันธภาพที่ดีและความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้กองทุนฯ ประสบผลสำเร็จ การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เริ่มต้นโครงการก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน นอกจากนี้ควรจัดให้มีกิจกรรมรณรงค์และสร้างความเข้าใจเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนสนับสนุนโครงการ

2

เจ้าหน้าที่

ควรมีความรู้และทักษะด้านการตลาดและการบริหารการเงินเพื่อสามารถบริหารจัดการและขยายโครงการไปยังพื้นที่หรือจังหวัดอื่นๆ ได้ ในขณะที่กำลังจัดทำเอกสารฉบับนี้พบว่าขาดข้อมูลที่จะมายืนยันว่าโครงการนี้ประสบความสำเร็จเนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ตั้งแต่ต้น ดังนั้นหากจะดำเนินโครงการลักษณะนี้ก็จะต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ในด้านการบริหารจัดการโครงการและการตลาดเชิงสังคมด้วยซึ่งสิ่งนี้จะได้ออกการสนับสนุนด้านวิชาการจากองค์กรพัฒนาเอกชนหรือจากหน่วยงานภาคเอกชนอื่นๆ เพื่อพัฒนาแผนการตลาดและเครื่องมือต่างๆ ของโครงการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นก่อนที่จะขยายโครงการต่อไป

“เรา บอกพนักงานของเราตั้งแต่แรกรับเข้ามาทำงานเลยว่าจะต้องใช้ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำกับลูกค้าเพื่อป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยให้ถือว่ามันเป็นส่วนหนึ่งของการมีเพศสัมพันธ์ หากลูกค้าคนไหนไม่ยอมใช้ถุงยางและเสนอให้ค่าตอบแทนมากขึ้น เขา (ชายบริการ) ก็ควรจะปฏิเสธข้อเสนอ นั้น ถ้าลูกค้าไม่ยอมใช้บริการของเราแล้วไปที่บาร์อื่น แทนก็ไม่เป็นไร”

เจ้าของสถานบริการแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ, 2552

3

ความมุ่งมั่น

ความรับผิดชอบและพันธสัญญาของเจ้าหน้าที่นับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ตั้งแต่เริ่มโครงการ เจ้าหน้าที่ของสวิง (ซึ่งส่วนใหญ่เคยเป็นพนักงานบริการมาก่อน) สามารถชักชวนให้เจ้าของและผู้จัดการสถานบริการเข้าร่วมในโครงการนี้ เพราะพวกเขาไปเยี่ยมสถานบริการเหล่านี้อย่างสม่ำเสมอและไม่เคยท้อแท้แม้ว่าจะเจอปัญหาอุปสรรคใดๆ ก็ตาม โดยมีผู้บริหารของสวิงให้การสนับสนุนด้านวิชาการและให้กำลังใจอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การหากลยุทธ์ที่จะสร้างแรงจูงใจและช่วยสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่อยู่เสมอจึงเป็นสิ่งสำคัญ เช่น อาจตกลงกันว่า จะนำผลกำไรที่ได้จากการดำเนินการมาเป็นรางวัลให้กับเจ้าหน้าที่ แต่ในกรณีของสวิงพวกเขาได้ตัดสินใจกันว่า จะนำผลกำไรที่ได้มาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ และการขยายโครงการเท่านั้น

ปัจจัย

สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ การมีบริษัทผู้ผลิตถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำในประเทศที่จะสามารถขายสินค้าเหล่านี้ในราคาถูกลงให้กองทุนฯ ได้ ดังนั้น ก่อนที่จะวางแผนเพื่อทำโครงการลักษณะนี้ ควรหาบริษัทผู้ผลิตดังกล่าวให้ได้ก่อน ขณะนี้ผู้ให้ทุนบางรายอนุญาตให้องค์กรชุมชนสามารถใช้ถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นที่ได้รับจากผู้ให้ทุนไปใช้เพื่อทำกองทุนฯ ได้ ซึ่งอาจจะเป็นทางเลือกหนึ่งในการจัดตั้งกองทุนฯ ได้ แต่วิธีการนี้ก็อาจขาดความยั่งยืน หลังจากผู้ให้ทุนถอนความช่วยเหลือและไม่มีบริษัทผู้ผลิตถุงยางอนามัยสามารถขายสินค้าในราคาถูกลงให้ได้ การนำเข้าถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นอาจจะทำให้สินค้านั้นมีราคาแพงจึงไม่เหมาะสำหรับการทำโครงการกองทุนฯ

“เราต้องการจะลดต้นทุนในการให้บริการลง บางครั้ง

เวลาเราไม่มีถุงยางอนามัยและ/หรือสารหล่อลื่น เราก็ต้องไปซื้อจากร้านค้าหรือร้านขายยาที่อยู่ใกล้ๆ มาให้ลูกค้าซึ่งมักจะแพงมาก แต่โชคดีที่สวิงมีถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นมาขายให้เราในราคาถูกลงและคุณภาพก็ดีด้วย”

เจ้าของสถานบริการแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ 2552

โครงการ

กองทุนฯ อาจจะไม่ประสบความสำเร็จหากโครงการอื่นหรือผู้ให้ทุนอื่นยังคงแจกจ่ายถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นฟรี ดังนั้น จึงอาจต้องเจรจาต่อรองกับโครงการอื่นหรือผู้ให้ทุน โดยอาจจัดสรรถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นไว้ส่วนหนึ่งเพื่อดำเนินการภายใต้กองทุนฯ และอีกส่วนหนึ่งไว้สำหรับแจกฟรีในระหว่างทำกิจกรรมในชุมชน การรณรงค์หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่สามารถซื้อถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นได้

กองทุนฯ

ไม่ใช่โครงการที่สวิงดำเนินการโดยแยกออกจากโครงการอื่นโดยเด็ดขาดแต่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการที่สวิงกำลังดำเนินการอยู่ โดยกิจกรรมที่สวิงดำเนินการอยู่และกองทุนฯ จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน โครงการที่สวิงทำอยู่เป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยให้สวิงสามารถทำกองทุนฯ ได้จนประสบความสำเร็จ ดังนั้นก่อนที่จัดตั้งกองทุนฯ ควรจะทำโครงการเพื่อการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีให้มีประสิทธิภาพและเข้มแข็งก่อน

การดำเนินโครงการกองทุนฯ ของสวิง สามารถสร้างความยั่งยืนในการจัดหาถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นชนิดน้ำให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ แม้ว่าจะยังไม่มีผลประเมินผลโครงการอย่างเป็นทางการ แต่โครงการนี้อาจมีส่วนเพิ่มการเข้าถึงถุงยางอนามัยและสารหล่อลื่นในกลุ่มชายบริการและสาวประเภทสองที่ชายบริการในกรุงเทพมหานครไม่มากนัก

แม้ว่าจะมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร การสนับสนุนและทักษะต่างๆ รวมทั้งต้องประสบกับความท้าทายมากมายตั้งแต่แรกเริ่มตั้งโครงการ สวิงก็ยังคงแสดงเจตนาที่มุ่งมั่นในการดำเนินโครงการนี้ต่อไป หากการดำเนินการของกองทุนฯ มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จยิ่ง ๆ ขึ้นไปในอนาคต โครงการนี้ก็จะเป็นโครงการต้นแบบให้กับองค์กรชุมชนอื่นๆ ที่ทำงานกับประชากรกลุ่มเสี่ยงในประเทศไทยต่อไป



ทีมงานสวิง กรุงเทพฯ

Family Health International
Asia/Pacific Regional Office
19th Floor, Tower 3, Sindhorn
Building
130-132, Wireless Road
Lumpini, Pathumwan
tel 662.263.2300
Fax 662.263.2114
Email fhiapro@fhi.org

Family Health International
P.O. BOX 13950
Research Triangle Park
NC 27709 USA
tel 1.919.544.7040
toll free 800.919.7038
Fax 1.919.544.7261
Email publications@fhi.org
www.fhi.org