ความรู้เรื่อง การสร้างความรอบรู้สุขภาพและแรงจูงใจ(Motivation)

รายชื่อ

๑. ทพญ.เยาวเรศ วงศาสุลักษณ์ ทันตแพทย์ชำนาญการพิเศษ

๒. นางนิพล ชยุพงค์ พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ

๓. นางสาวจันทร์ฉาย วรรณศรี พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ

๔. นางสาวพัชรา อาจอินทร์ พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ

๕. นางสาวกนกพรรธน์ จรัสวิเศษภรณ์ พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการ

๖. นายอมร กิมหงวน นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ

๗. นางสาวสวรส ทองเกษร เจ้าพนักงานธุรการ

กลุ่มงานพัฒนาสุขภาวะผู้สูงอายุ

เนื้อหา

ความรอบรู้ด้านสุขภาพ Health Literacy

Health Literacy : HL หมายถึง ทักษะต่างๆ ทางการรับรู้และทางสังคม ซึ่งเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจและความสามารถของปัจเจกบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ และใช้ข้อมูลในวิธีการต่าง ๆเพื่อส่งเสริมและบำรุงรักษาสุขภาพของตนเองให้ดีอยู่เสมอ (องค์การอนามัยโลก,1998)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพ หมายถึง ความสามารถและทักษะ การเข้าถึง เข้าใจ นำไปใช้ แบ่งออกเป็น ขั้นพื้นฐาน ขั้นปฏิสัมพันธ์และขั้นวิจารณญาณ(ผศ.ดร.ขวัญเมือง แก้วดำเกิง ,2562)

หลักการ 10 ประการของความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy)

หลักการที่ 1 ข้อมูล (Information) เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดสุขภาพของประชาชนทุกกลุ่มวัยในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีดิจิทัล

- ข้อมูลสุขภาพ

- ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีดิจิทัล

หลักการที่ 2 ลักษณะของข้อมูลสุขภาพ สำหรับบุคลากรทางการแพทย์และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย มีความแตกต่างกัน

ลักษณะข้อมูลสุขภาพ		ลักษณะข้อมูลสุขภาพ

-นโยบาย/ยุทธศาสตร์ -แนวทาง/ขั้นตอนปฏิบัติ -วิธีการประเมิน/ตัวชี้วัด		-ข้อมูลข่าวสาร -ความรู้ -สื่อสุขศึกษา
	สภาพปัญหา -เข้าถึง -เข้าใจ -นำไปใช้	
บุคลกร ระดับเขต ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ระดับตำบล		**ประชาชน** อสม. คุณครู-นักเรียน กลุ่มเสี่ยง ผู้ป่วย

หลักการที่ 3 ความรอบรู้ด้านสุขภาพ เน้นการพัฒนาความสามารถและทักษะ

ความแตกต่างระหว่างความสามารถและทักษะ

องค์ประกอบของHealth Literacy	**ความสามารถ(Abilities)**	**ทักษะ(Skills)**
1.เข้าถึง(access)	- การค้นหาข้อมูล - กลั่นกกรอง ตรวจสอบ	ความคล่องแคล่ว ว่องไว อัตโนมัติ พลิกแพลงได้ (ชำนาญ - เชี่ยวชาญ)
2.เข้าใจ(understand)	- การจดจำ และทำความเข้าใจ	
3.ไต่ถาม(question)	- การใช้คำถาม และสื่อสารเจรจา	
4.ตัดสินใจ(make decision)	- การตัดสินใจ	
5.นำไปใช้(apply)	- การเตือนตนเอง - การจัดการตนเอง	

หลักการที่ 4 องค์ประกอบสำคัญของความรอบรู้ด้านสุขภาพ ที่ต้องพัฒนาประกอบด้วย

5 องค์ประกอบสำคัญ	**ความสามารถและทักษะที่ต้องพัฒนา**
1. เข้าถึง(access)	- การค้นหา -กลั่นกกรอง -ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ
2. เข้าใจ(understand)	- การเรียนรู้ (จดจำ และความเข้าใจ)
3. ไต่ถาม(question)	- การวางแผน - จัดเตรียม - วิธีใช้คำถาม - ประเมิน
4. ตัดสินใจ(make decision)	- การระบุปัญหา - กำหนดทางเลือก - ประเมินทางเลือก - ยืนยันการตัดสินใจ
5. นำไปใช้(apply)	- การเตือนตนเอง

	- การจัดการตนเอง

หลักการที่ 5 ความรอบรู้ด้านสุขภาพ ต้องพัฒนาทั้ง 3ระดับคือ

ระดับที่ 1 ความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นพื้นฐาน(function Health Literacy) เป็นทักษะพื้นฐานด้านการฟัง พูด อ่าน เขียนที่จำเป็นต่อการสร้างความเข้าใจ

ระดับที่ 2 ความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นการมีปฏิสัมพันธ์(Interactive/Communicative Health Literacy) เป็นทักษะพื้นฐานในการสร้างเสริมปัญญา และทักษะทางสังคม

ระดับที่ 3 ความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นวิจารณญาณ(Critical Health Literacy)เป็นทักษะทางปัญญาและสังคม การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ควบคุมจัดการสถานการณ์ในการดำรงชีวิตประจำวันได้ และการผลักดันสังคม

ประโยชน์ของการจำแนกระดับ Health Literacy

1.เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาให้เกิดความครบถ้วนจากระดับปฏิสัมพันธ์ และวิจารณญาณ

2.เพื่อการเลือกรูปแบบ กระบวนการและวิธีการในการสร้างเสริม Health Literacy ได้สอดคล้องตามความจำเป็นและสภาพปัญหา

3.เพื่อพัฒนาการจำแนกระดับการพัฒนา นำไปสู่การวัดและประเมินพัฒนาการที่เกิดขึ้น

หลักการที่ 6 สื่อและระบบข้อมูลสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพต้องมีการออกแบบที่ดี(design)

วิธีการเรียนรู้

การบรรยาย	5 เปอร์เซ็นต์
การอ่าน	10 เปอร์เซ็นต์
มีสื่อช่วยสอน	20 เปอร์เซ็นต์
การสาธิต	30 เปอร์เซ็นต์
การอภิปราย	50 เปอร์เซ็นต์
การลงมือทำ/ปฏิบัติ	75 เปอร์เซ็นต์
สอนผู้อื่น	90 เปอร์เซ็นต์

หลักการที่ 7 การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ ต้องเน้นกลวิธีฝึกฝนความสามารถและทักษะ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป้าหมาย

องค์ประกอบพื้นฐาน	กลวิธีพัฒนา Health Literacy
1.เข้าถึง(access)	- ฝึกการค้นหาข้อมูล กลั่นกกรอง ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ก่อนนำข้อมูลมาใช้ทำความเข้าใจ
2.เข้าใจ(understand)	- ฝึกการเรียนรู้ (วิธีจดจำ สร้างความเข้าใจ)
3.ไต่ถาม(question)	- ฝึกการใช้คำถาม และสื่อสารเจรจา
4.ตัดสินใจ(make decision)	-ฝึกการตัดสินใจ (ระบุปัญหา กำหนดทางเลือก ประเมินทางเลือก แสดงจุดยืน)
5.นำไปใช้(apply)	- ฝึกการเตือนตนเอง(self - monitoring) - ฝึกการจัดการตนเอง(self - management)

กลวิธีสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพของบุคคล

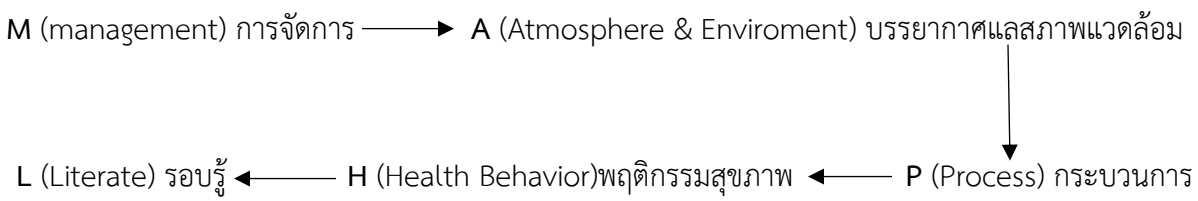
1. เทคนิคการใช้ภาพ(Fotonovela Technique)
2. เทคนิคการสอนกลับ(Teach-back Technique)
3. การแสดงเพื่อการตรวจสอบ(Show-me)
4. วิธีการตรวจสอบตามรายการ (Chunk & Check Methods)
5. เครื่องมือตรวจสอบและบันทึก (Checklists & Scorecards)
6. การใช้คำถามสำคัญ 3 ข้อ(Ask Me 3)
7. การสร้างบรรยากาศให้เกิดความกล้าที่จะถาม(Shame-free)
8. การใช้คำถามเพื่อสร้างการเรียนรู้

หลักการที่ 8 การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพต้องมีการออกแบบเชิงกระบวนการ ประกอบด้วย

1. การศึกษาข้อมูลเชิงลึก
2. สร้างกรอบแนวคิด(โดยใช้ทฤษฎีเป็นฐาน)
3. ออกแบบและวางแผน
4. ดำเนินงาน
5. ประเมินผล

หลักการที่ 9 กระบวนการสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพจำเป็นจะต้องพัฒนาทั้งด้านความสามารถ-ทักษะของบุคคลและนโยบาย-สภาพแวดล้อม จึงจะสามารถพัฒนาให้บุคคลถึงเป้าหมายมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ(Health Literacy)และพัฒนาหน่วยงานให้เป็นองค์กรรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy Organization)ได้

กระบวนการพัฒนา HLO ตามโมเดล MapHL



หลักการที่ 10 การประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพ ต้องออกแบบในการวัดทักษะสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป้าหมาย มากกว่าวัดความรู้

การประเมินคุณลักษณะองค์กรรอบรู้สุขภาพ (Health literacy Organization)ประกอบด้วย

1. ผู้บริหารองค์กรกำหนดนโยบายพันธกิจ โครงสร้างและแผนปฏิบัติการขององค์กรให้บุคลากรขององค์กรสร้างความรอบรู้ให้กับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย

2. องค์กรบูรณาการเรื่องความรอบรู้สุขภาพในการวางแผนประเมินผล และพัฒนาให้เป็นองค์กรที่มีคุณภาพ

3. บุคลากรขององค์กรได้รับการพัฒนาวิธีการทำงานตามแนวคิดการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ

4 บุคลากรได้รับการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพ แล้วสามารถกำกับ ติดตาม เฝ้าระวัง เพื่อยกระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของตนเองและกลุ่มเป้าหมาย (ที่ตนเองรับผิดชอบได้)

5 ข้อมูลสุขภาพขององค์กรมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการและความสามารถในการเรียนรู้ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย

6 องค์กรออกแบบและเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพสู่สังคม โดยเน้นการเข้าถึง และเข้าใจง่าย สามารถนำไปใช้ได้จริง

7 องค์กรมีช่องทางให้ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้เสีย เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบและระบุช่องทางการสื่อสารข้อมูลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจได้ง่าย รวมถึงช่วยตัดสินใจ สามารถนำไปใช้และบอกต่อได้

8 รูปแบบ วิธีการ และช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลขององค์กรเอื้อให้ผู้รับบริการ เข้าถึง เข้าใจง่ายและนำไปใช้ได้จริง จนสามารถสื่อสาร บอกต่อประสบการณ์ให้กับครอบครัว ชุมชนและสังคมของตนเองต่อไปได้

9 ประเด็นที่สื่อสารสู่ผู้รับบริการ เครือข่าย และสังคม มีความถูกต้อง ชัดเจน ทันสมัย มีการเน้นย้ำกรณีความเสี่ยงและสิทธิของผู้รับบริการ

10 องค์กรมีระบบตรวจสอบ และประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ครอบคลุมในทุกกลุ่มวัยในทุกหน่วยงานย่อยขององค์กร

หมายเหตุ : ศึกษารายละเอียดการสร้างเสริมความรอบรู้สุขภาพ (Health Literacy)

HL_HLO ผศ.ขวัญเมือง
[17Dec2019].pdf

Motivational Interviewing (MI) คือ การสนทนาแบบสร้าง แรงจูงใจ “การสนทนา (สื่อสารสองทาง) เพื่อ สร้างแรงจูงใจ” ในการ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งเป็นการสนทนาแบบฉันท์มิตรมากกว่าการชี้น เพื่อให้ส่งเสริมสนับสนุนการมีพฤติกรรมสุขภาพ และพาผู้ป่วยก้าวข้ามความ ลังเลไปสู่การปฏิบัติ

กระบวนการ Motivational Interviewing (MI) มีดังนี้

๑. Engagement การสร้างสัมพันธภาพ/ตกลงบริการ

ต้องเข้ากันได้และเป็นพวกเดียวกัน การสนทนาต้องพูดในเรื่องดีหรือหาเรื่องที่น่าชื่นชม หากคู่สนทนารู้สึกเป็นพวกเดียวกันก็จะพร้อมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรรมเทคนิคการหาเรื่องชื่นชมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามแนวปฏิบัติของ Motivational Interviewing (MI) อาจเป็นเรื่องทั่วไปเช่นแต่งตัวสวย หรือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพซึ่งจะมีความเจาะจงมากกว่าวิธีการชื่นชมมี๒ ลักษณะ ดังนี้

๑) เทคนิคการชมที่ความตั้งใจหรือสาเหตุของความตั้งใจ

๒) เทคนิคการชมที่วิธีการ

Affirmation เป็นเทคนิคในการแสดงความชื่นชมเพื่อกระตุ้นEngagement ซึ่งอาจเป็นเรื่อง

๑) พฤติกรรมเช่น มาตามนัด

๒) ความรู้สึก/อารมณ์เช่น ห่วงใยแฟน เสียใจที่ลูกไม่กอดเพราะดื่มสุรา

๓) มุมมอง/ความคิด/โลกทัศน์ เช ่นเห็นความสำคัญของการลดอาหารมัน

การแสดงความชื่นชมต่อการกระทำหรือการตัดสินใจของผู้รับคำปรึกษาจะช่วยทำให้การกระทำดังกล่าวได้รับการยอมรับ และมีแนวโน้มที่จะตั้งใจปฏิบัติตามมากยิ่งขึ้น การชื่นชมนี้มีความใกล้เคียงกับคำชมเชยแต่จะเน้นไปทำความตั้งใจและพฤติกรรมความพยายามซึ่งจะทำให้พฤติกรรมนั้นเกิดขึ้นอีก

การแสดงความชื่นชมนี้เน้นในสิ่งสำคัญ ได้แก่

๑.การตัดสินใจ“ผมเห็นด้วยที่คุณบอกว่าจะกินยาต่อเนื่องมันจะทำให้อาการเหนื่อยของคุณดีขึ้นมาก”

๒.ความรู้สึก เช่น “คุณทำในสิ่งที่ลูกชื่นชมยกย่อง” (ที่งดการดื่มสุรา)

๓.พฤติกรรมโดยเฉพาะความพยายามปฏิบัติตนให้มีพฤติกรรมสุขภาพดี“เช่น คุณตั้งใจมาก เพราะแม้ว่าฝนตกก็พยายามออกกำลังกายในบ้าน” “คุณปฏิเสธการไปดื่มสุรา แล้วเลือกที่จะเก็บเงิน”

๒. Find out motivation ค้นหาสิ่งสำคัญ/แรงจูงใจ

การประเมินสิ่งสำคัญในชีวิตและใช้ในการสร้างแรงจูงใจเป็นสิ่งจำเป็นการสนทนาควรค้นหาสิ่งสำคัญของคู่สนทนาเพื่อเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีการ “ถาม” การถามนั้นจะต้องมีทิศทางและมีความหมายโดยมีหลักการถาม ดังนี้

๑. อะไรคือสิ่งสำคัญในชีวิต

๒. พฤติกรรมสุขภาพส่งผลต่อพฤติกรรมนั้นอย่างไร

หากเชื่อมโยงข้อคำถามทั้ง ๒ ข้อจะเกิดการผลักดันพฤติกรรมหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกิดขึ้น

คำถามเพื่อค้นหา Motivation: การใช้คำถามเพื่อสร้างแรงจูงใจ ได้แก่ข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับ

๑) เป้าหมายหรือสิ่งสำคัญในชีวิต

ตัวอย่างข้อคำถาม “ใคร/อะไรเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตของคุณ”

“คุณใช้เวลาส่วนใหญ่กับกิจกรรมอะไรบ้าง”

๒) พฤติกรรมไม่ดี (เช่น ยาเสพติด) กระทบต่อสิ่งสำคัญนั้นอย่างไร

ตัวอย่างข้อคำถาม “ดูเหมือนว่าคุณมีความตั้งใจทำงานพอสมควรเพราะอะไร ?”

“การใช้ยาบ้ามีผลกระทบกับการทำงานอย่างไร”

คำถามเพื่อสร้างความขัดแย้งของสิ่งต้องการกับสิ่งที่ทำอยู่ (Developing Discrepancies) การเน้นและชี้ให้เห็นความแตกต่างของสิ่งที่ทำอยู่กับสิ่งที่ต้องการจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความกังวลและตัดสินใจเปลี่ยนแปลงตนเองโดยมีวิธีการกระตุ้นคู่สนทนา ดังนี้

๑. การถามถึงอนาคต / มองไปในอนาคต

๒. ถามถึงเป้าหมายในชีวิต

๓. ถามถึงอดีตที่ดีกว่า

๔. ถามถึงสิ่งเลวร้ายสุด ๆ ที่เป็นไปได้

๕. ถามถึงสิ่งที่ดีสุด ๆ ที่เป็นไปได้

๓. การ Strengthen motivation การผลักดันแรงจูงใจให้แน่นเฟ้นมั่นคง

เมื่อคู่สนทนารับรู้ว่าเรื่องนี้สำคัญและเกี่ยวข้องกับสิ่งสำคัญในชีวิตเราควรผลักดันแรงจูงใจให้แน่นเฟ้น มั่นคงโดยส่วนใหญ่คู่สนทนามักจะเลือกตัวเลือกเอง หากมีเวลาให้Advice which Manu ในข้อที่ ๔.

การใช้คำถามสนับสนุนแรงจูงใจให้เข้มแข็งมักจะเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับ

๑. ผลเสียของพฤติกรรมเดิม

๒. ผลดีของพฤติกรรมใหม่

๓. เรื่องของเป้าหมายในชีวิต / อนาคต

๔. เรื่องความสัมพันธ์หรือคนที่รัก (ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจในการดูแลตนเอง)

๔. การแนะนำแบบมีตัวเลือกให้เขาได้เลือกเอง

เป็นการ Advice with menus คือแนะนำทางเลือกที่เป็นไปได้ซึ่งผู้ป่วยย่อมพิจารณาด้วยคนเองและมีความเป็นเจ้าของตัวเลือกนั้น ตัวอย่าง

ที่ใช้กันบ่อยก็เช่น “คุณสามารถดื่มเบียร์ในแบบเดิมก็ได้แต่ก็ต้องคอยสังเกตสุขภาพ อีกทางคุณอาจเลือกลดการดื่มลง และหากความตั้งใจสูงมากการเลิกดื่มย่อมทำให้ลูกคุณดีใจเป็นที่สุด

๕. การ making a solid plan วางแผนและสรุป

การวางแผนที่ชัดเจน เป็นไปได้ซึ่งอาจเป็นเพียงแผนสั้นๆ ทำเพียงเล็กน้อยก็ได้เช่น การกลับบ้านเร็วในวันจันทร์ถึงพฤหัส (เพื่อลดการดื่มลงในบางวัน) การพาวัวเดินอ้อมทุ่งนา (ออกกำลังกายที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต) เป็นต้น

BRIEF ADVICE (การให้คำแนะนำแบบสั้น)

<u>BRIEF ADVICE</u> (BA คือ การให้คำแนะนำแบบสั้น) ความหมาย คือ การให้ข้อมูล เชิงปรึกษา โดยเน้นการสร้างแรงจูงใจ ซึ่งแรงจูงใจนี้จะผลักดันให้ผู้รับคำแนะนำตัดสินใจปฏิบัติตามข้อมูลความรู้ที่ได้รับ การให้คำแนะนำแบบสั้นนี้ใช้เวลาประมาณ ๕-๑๐ นาทีสามารถทำได้ที่ห้องฉุกเฉิน/แผนกผู้ป่วยนอก/ห้องส่องกล้อง Gastroฯลฯและสามารถทำพร้อมกับการเยี่ยมบ้าน เหมาะกับผู้ที่ยังขาดแรงจูงใจ การให้Brief Advice หลายครั้งจะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

BRIEF ADVICE (การให้คำแนะนำแบบสั้น) ส่วนใหญ่จำเป็นรายบุคคลแต่ก็สามารถดำเนินการในรูปแบบ Small Group ได้แต่จุดสำคัญการเลือกถามเรื่อง“สิ่งสำคัญในชีวิต”ควรเลือกเพียง ๑-๒ คนในกลุ่มเท่านั้น กลุ่มจะเกิดการคิดตามเองแม้ว่าจะฟังเรื่องเกี่ยวกับการงานของคนอื่นก็สามารถทำให้เชื่อมโยงเรื่องตนได้โดยธรรมชาติเมื่อเกิดแรงจูงใจแล้วสมาชิกในกลุ่มก็จะมีความพร้อมมากขึ้นในการรับฟังข้อมูล

ประสิทธิผลของการให้คำแนะนำแบบสั้นนั้นเห็นได้อย่างชัดเจนในกรณีนักดื่มซึ่งใช้บริการที่ห้องฉุกเฉินโดยพบว่านักดื่มที่ได้คำแนะนำแบบสั้นไปจะมีการลดปริมาณการดื่มลงไปถึง ๒๗ เปอร์เซ็นต์ และพบว่ายิ่งให้คำแนะนำแบบสั้นนี้ซ้ำอีก (ซึ่งอาจเป็นการกระตุ้นเตือนหลังจากการให้คำแนะนำครั้งแรกผ่านไป) ก็จะทำให้ประสิทธิผลยิ่งดีขึ้น นอกจากเรื่องการดื่มสุราแล้วการให้คำแนะนำแบบสั้นยังถูกใช้ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่ความเสี่ยงด้านสุขภาพ โดยเป็นรูปแบบหนึ่งของ Life Style Intervention

ขั้นตอน BRIEF ADVICE (การให้คำแนะนำแบบสั้น)

๑.การสร้างสัมพันธภาพด้วยการสนทนา/แสดงความชื่นชม (Affirmation) ในเรื่องสำคัญสิ่งที่ดีๆ ความพยายาม เป็นต้น

๒.การใช้คำถามสร้างแรงจูงใจ (Ask for Reason) เช่นการถามเกี่ยวกับผลกระทบของพฤติกรรม การถามเกี่ยวกับความพยายามที่ผ่านมา

๓.การให้ข้อมูลที่จำเป็น (Advice with Menus) ซึ่งควรสั้นและมีลักษณะที่มีทางเลือก

<u>BRIEF INTERVENTION</u> (BI คือ การให้คำ ปรึกษาแบบสั้น) คือเป็นการสนทนาสร้างแรงจูงใจที่มีความเหมาะสมกับผู้ที่มีแรงจูงใจอยู่บ้าง เน้นเสริมแรงความตระหนัก การประเมินปัญหาทั้งความรู้และแรงจูงใจ แนะนำ-ให้ข้อมูลตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน วางแผนเพื่อไปยังเป้าหมาย เป็นการช่วยเหลือแบบครั้งเดียวจบ (แต่นัดต่อได้) เน้นเรื่องที่สำคัญเท่านั้นใช้เวลา ๒๐ - ๓๐ นาที

กระบวนการ BRIEF INTERVENTION (การให้คำ ปรึกษาแบบสั้น)

๑. สร้างสัมพันธภาพ (ทักทาย/เกริ่น/ด้านบวก)

๒. ประเมินแรงจูงใจ (มีเท่าไรและมาจากไหน)

๓.ถามเพื่อสร้างแรงจูงใจ (Reason for change)

๔. จัดการกับแรงต้าน (breaking resistance)

๕. กำหนดเป้าหมาย - วางแผน/ประยุกต์

๖. ให้กำลังใจ - คาดหวังด้านบวก / สรุป-นัดหมาย

ความแตกต่างระหว่าง Brief advice (BA), Brief Intervention (BI) และ Motivational Interviewing (MI)

Brief advice (BA) : เป็นการให้คำแนะนำแบบสั้น โดยเน้นการสร้างแรงจูงใจและไม่เน้นคำแนะนำ ซึ่งมีลักษณะ เฉพาะในเรื่องเวลาซึ่งมักอยู่ในช่วง ๕ - ๑๐ นาที

Brief Intervention (BI) : เป็นการให้คำปรึกษาแบบสั้นในแต่ละSection ถูกกำหนดด้วยระยะเวลาเพียง ๒๐ - ๓๐ นาที

ทั้ง Brief Advice (BA) และ Brief Intervention (BI) อยู่ภายใต้Motivational Interviewing (MI) เนื่องจาก Motivational Interviewing(MI) คือ การสนทนาหรือให้คำปรึกษาแบบสร้างแรงจูงใจ มีระยะเวลาตั้งแต่ ๕ นาทีจนถึง ๑ ชั่วโมง

ซึ่งรูปแบบการให้คำปรึกษาแบบสร้างแรงจูงใจ มีความแตกต่างจากการให้คำแนะนำหรือการสอน โดยผู้รับฟังมีส่วนร่วมในการสนทนามีความเป็นพวกเดียวกัน (Collaboration) เราจึงไม่เป็นคู่ต่อสู้กับคู่สนทนา ทำให้ผู้สนทนาได้เสนอความคิดเห็นและเป็นผู้ตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาของตัวเอง

วิธีการ/แนวทางการสร้างแรงจูงใจและโน้มน้าวใจ

๑. การมีผู้นำที่เป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานภายในองค์กร

๒. การสร้างความกระตือรือร้นในการทำงาน

๓. การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในการทำงานในองค์กร

๔. การให้การสนับสนุนในองค์กร

๕. การสอนงานในองค์กร

๖. การให้การยอมรับบุคคลในองค์กร

๗. การเสียสละของคนในองค์กร

๘. การสร้างแรงบันดาลใจในองค์กร

การประยุกต์ใช้แรงจูงใจและการโน้มน้าวใจ

๑.การใช้ภาวะผู้นำขององค์กรเพื่อจูงใจและโน้มน้าวใจ

๒.การสร้างรูปแบบการทำงานให้เข้าใจง่ายและท้าทายต่อความสำเร็จ

๓.การสร้างการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของผลงาน

๔.การให้ การเสียสละ และการเห็นประโยชน์ส่วนรวมมาเป็นที่หนึ่ง

๕.การเป็นผู้นำในการสร้างแรงบันดาลใจ

ประเภทของการจูงใจ

นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๑. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการในกาน ทำ การเรียนรู้ หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยมิต้องให้มีบุคคลอื่นมาเกี่ยวข้อง เช่น นักเรียนสนใจเล่าเรียนด้วยความรู้สึกใฝ่ดีในตัวของเขาเอง ไม่ใช่เพราะถูกบิดามารดาบังคับ หรือเพราะมีสิ่งล่อใจใดๆ การจูงใจประเภทนี้ได้แก่

(๑) ความต้องการ (Need) เนื่องจากคนทุกคนมีความต้องการที่อยู่ภายใน อันจะทำให้เกิดแรงขับ แรงขับนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

(๒) เจตคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ดีที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะช่วยเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำในพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น เด็กนักเรียนรักครูผู้สอน และพอใจวิธีกานสอนทำให้เด็กมีความสนใจ และตั้งใจเรียนเป็นพิเศษ

(๓) ความสนใจพิเศษ (Special lnterest) การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ ก็จัดว่าเป็นแรงจูงใจให้เกิดความเอาใจใส่ในสิ่งนั้นๆ มากกว่าปกติ

๒. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคล ที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภาย นอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่

(๑) เป้าหมายหรือความคาดหวังของบุคคล คนที่มีเป้าหมายในการกระทำใดๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจให้มีพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสม เช่น พนักงานทดลองงาน มีเป้าหมายที่จะได้รับบรรจุเข้าทำงาน จึงจะพยายามตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ

(๒) ความรู้เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้า คนที่มีโอกาสทราบว่าตนจะได้รับความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้น ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้

(๓) บุคลิกภาพ ความประทับใจอันเกิดจากบุคลิกภาพจะก่อให้เกิดแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้ เช่น ครู อาจารย์ ก็ต้องมีบุคลิกภาพทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ นักปกครอง ผู้จัดการ และต้องมีบุคลิกภาพของผู้นำที่ดี เป็นต้น

(๔) เครื่องล่อใจอื่นๆ มีสิ่งล่อใจหลายอย่างที่ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้น เช่น การให้รางวัล (Rewards) อันเป็นเครื่องกระตุ้นให้อยากทำ หรือการลงโทษ (Punishment) ซึ่งจะกระตุ้นมิให้กระทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้การชมเชย การติเตียน การประกวด การแข่งขัน หรือการทดสอบก็จัดว่าเป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น

ประโยชน์ของแรงจูงใจ

๑. เสริมสร้างกำลังใจในการปฏิบัติงานให้แต่ละบุคคลในองค์การ เป็นการสร้างพลังรวมร่วมกันของกลุ่ม

๒. ส่งเสริมและเสริมสร้างสามัคคีธรรมในหมู่คณะ เป็นการสร้างพลังด้วยความสามัคคี

๓. สร้างขวัญและกำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงาน แก่ผู้ปฏิบัติงานในองค์การ

๔. ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์การ

๕. ช่วยทำให้การควบคุมดำเนินไปด้วยความราบรื่น อยู่ในกรอบแห่งระเบียบวินัย และมีศีลธรรมอันดีงาม ลดอุบัติเหตุและอันตรายในการปฏิบัติงาน

๖. เกื้อกูลและจูงใจให้สมาชิกขององค์การเกิดความคิดสร้างสรรค์ในกิจการต่าง ๆ ในองค์การ เป็นการสร้างความก้าวหน้าให้แก่ผู้ปฏิบัติงานและองค์การ

๗. ทำให้เกิดศรัทธาและความเชื่อมั่นในองค์การที่ตนปฏิบัติงานอยู่ ทำให้เกิดความสุขกาย สุขใจ ในการทำงาน

๘. แรงจูงใจก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

๑.การบริหารงานคุณภาพในองค์กร https://sites.google.com/site/rtech๖๐๓xx/unit-๔

๒.การสร้างแรงจูงใจและการโน้มน้าว (Influence and Motivation)envocc.ddc.moph.go.th › OEHA๒ › ELM › Documents

๓. สนทนาสร้างแรงจูงใจเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพสำหรับผู้ป่วย NCDs , นายแพทย์เทอดศักดิ์ เดชคง : ๒๕๖๐

๔. HL,HLO ผศ.ขวัญเมือง (17Dec2019) ผศ.ดร.ขวัญเมือง แก้วดำเกิง ,2562