

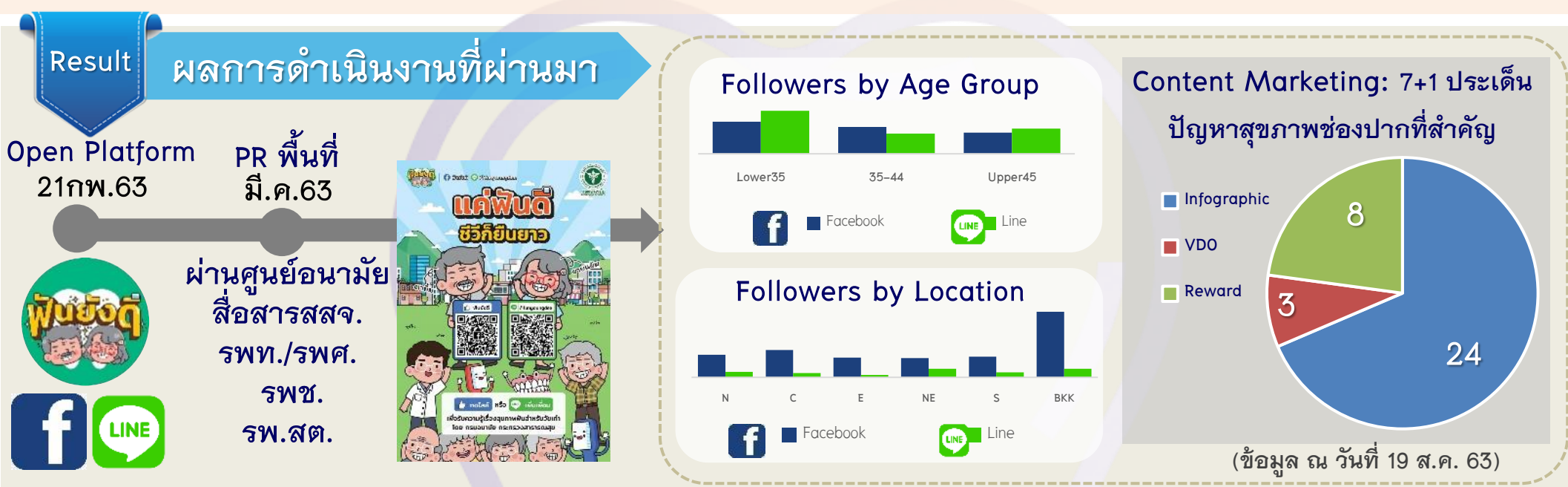


# การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแนวทาง การติดตามและประเมินผลการเข้าถึงสื่อของผู้สูงอายุ

วันพุธที่ 19 สิงหาคม 2563 ณ โรงแรมอมารี แอร์พอร์ต ดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

กลุ่มพัฒนาทันตสุขภาพวัยทำงานและผู้สูงอายุได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแนวทางการติดตามและประเมินผลการเข้าถึงสื่อของผู้สูงอายุ โดย ทพญ.ปิยะดา ประเสริฐสม ผู้อำนวยการสำนักทันตสาธารณสุข เป็นประธานการประชุม ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วย ที่ปรึกษาและคณะทำงานโครงการพัฒนาช่องทางการสื่อสารข้อมูล การดูแลสุขภาพช่องปากผู้สูงอายุออนไลน์ จากหน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และผู้เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 36 คน

“กระบวนการสำคัญของการสื่อสารออนไลน์ คือการประเมินการเข้าถึง การรับรู้และเข้าใจ รวมถึงวิเคราะห์แนวโน้มความสนใจ ทั้ง Content ช่องทางและรูปแบบของสื่อ ที่ตรงกับความต้องการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงข้อมูล รับรู้ Key message ที่แท้จริง ตลอดจนส่งผลต่อการปรับและมีพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม ”



**ระดับความรู้ด้านสุขภาพ** แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- **Functional Health Literacy** สามารถอ่านออก หรือ เขียนได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น อ่านฉลากผลิตภัณฑ์ เข้าใจวิธีใช้ ข้อบ่งใช้ยาที่แพทย์สั่ง
- **Interactive Health Literacy** การเรียนรู้และทักษะทางสังคม เพื่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การบอกเล่าอาการป่วย ชักถามข้อสงสัยกับแพทย์
- **Critical Health Literacy** การคิดวิเคราะห์ ใช้ข้อมูลอย่างมีเหตุผลและปฏิบัติ เพื่อให้สามารถก้าวพ้นข้อจำกัดในการเข้าถึงสุขภาพที่ดี เช่น การจัดการกับสุขภาพด้วยตัวเอง ชักถามเพื่อฟังความคิดเห็นที่สอง (second opinion) จากนั้นเลือกทางที่เหมาะสมกับตัวเองที่สุดได้ด้วยตนเอง

“ เพราะความรู้ด้านสุขภาพ หมายถึงการเลือกรับข้อมูลสุขภาพ เกิดกระบวนการการเรียนรู้ การคิดวิเคราะห์ และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ซึ่งเป็นการเสริมพลัง (Empowerment) ให้ประชาชนดูแลสุขภาพของตนเอง ดังนั้น การประเมินระดับความรู้ด้านสุขภาพ จึงมีความสำคัญเพื่อทราบถึงสถานการณ์และค้นหาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความรู้ ไปจนถึงการพัฒนาผลลัพธ์ด้านสุขภาพ ที่ผ่านการพัฒนาการสร้างเสริมความรู้ด้านสุขภาพของบุคคลได้ ”

**NEXT STEP** > ประเมินและวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน รูปแบบการเข้าถึงการสื่อสารออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมายหลัก (ผู้สูงอายุและกอนวัยผู้สูงอายุ) และเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้ (Content Analysis) โดยเชื่อมโยงในแต่ละมิติของการสื่อสารตามหลัก SMCR (Sender – Message – Channel – Receiver) เพื่อพัฒนาและเพิ่มการเข้าถึงข้อมูล

