HƯỚNG DẪN QUỐC GIA
về các dịch vụ chăm sóc
sức khỏe sinh sản

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 4128/QĐ-BYT ngày 29/7/2016*

*của Bộ trưởng Bộ Y tế)*

TƯ VẤN KẾ HOẠCH HÓA GIA ĐÌNH

Tư vấn Kế hoạch hóa gia đình (KHHGĐ) có chung các kỹ năng và các bước như trong tư vấn chăm sóc SKSS (xem bài “Tư vấn về chăm sóc SKSS”). Bài này chỉ nêu những điểm riêng biệt cho tư vấn trong KHHGĐ. Trong quá trình tư vấn, khi trình bày về các biện pháp tránh thai (BPTT) cụ thể nên sử dụng tài liệu “Bộ tranh lật tư vấn KHHGĐ”. Khi tư vấn cho người HIV(+) nên sử dụng tài liệu “Bộ tranh lật tư vấn KHHGĐ cho người HIV(+)”.

Tư vấn giúp khách hàng tự lựa chọn một BPTT thích hợp trong một giai đoạn sinh sản nhất định. Nội dung tư vấn đáp ứng nhu cầu của khách hàng chứ không xuất phát từ ý muốn chủ quan của người tư vấn. Cần lưu ý là trừ bao cao su, các biện pháp KHHGĐ khác không có tác dụng phòng tránh các NKLTQĐTD.

# 1. Vai trò của tư vấn KHHGĐ.

* Giúp khách hàng chọn đúng một BPTT và sử dụng đúng biện pháp đã chọn.
* Giúp tăng tỷ lệ tiếp tục sử dụng và hạn chế bỏ cuộc.
* Giúp tăng tỷ lệ sử dụng BPTT.
* Góp phần tăng cường sức khỏe và giảm chi phí chương trình KHHGĐ.
* Hiểu rõ và thực hành tình dục an toàn sẽ góp phần giảm nguy cơ có thai ngoài ý muốn và NKLTQĐTD.

# 2. Mười quyền cơ bản của khách hàng

* Quyền được thông tin.
* Quyền được tiếp cận dịch vụ và thông tin.
* Quyền tự do lựa chọn BPTT và từ chối hoặc chấm dứt BPTT.
* Quyền được nhận dịch vụ an toàn.
* Quyền được đảm bảo bí mật.
* Quyền được đảm bảo kín đáo.
* Quyền được thoải mái khi tiếp nhận dịch vụ.
* Quyền được tôn trọng.
* Quyền được tiếp tục nhận dịch vụ.
* Quyền được bày tỏ ý kiến.

# 3. Các phẩm chất cần thiết của cán bộ tư vấn KHHGĐ.

## 3.1. Tôn trọng khách hàng.

* Tôn trọng khách hàng dù cho khách hàng là người như thế nào.
* Lắng nghe nhu cầu và ý kiến của khách hàng.

## 3.2. Thông cảm và thấu hiểu đối với khách hàng.

* Tìm hiểu tâm tư, mong muốn và thấu hiểu nhu cầu của khách hàng.
* Cần tiếp khách hàng ở nơi riêng biệt, yên tĩnh, đảm bảo tính riêng tư, bí mật.

## 3.3. Thành thật với khách hàng.

* Cần nói sự thật về các BPTT, bao gồm cả thuận lợi và không thuận lợi, tác dụng phụ, nguy cơ có thể có của biện pháp đó.
* Không từ chối cung cấp thông tin cho khách hàng. Nếu thông tin đó người tư vấn chưa nắm vững thì hẹn trả lời sau.

## 3.4. Thông tin rõ ràng, có trọng tâm cho khách hàng.

* Sử dụng câu từ ngắn, gọn, dễ hiểu, hạn chế dùng từ chuyên môn.
* Sử dụng phương tiện hỗ trợ: tranh ảnh, mô hình, hiện vật và khuyến khích khách hàng quan sát trực tiếp.
* Tìm hiểu phản hồi của khách hàng.
* Tóm tắt, nhấn mạnh các điểm quan trọng và nếu có thể mời khách hàng nhắc lại trước khi kết thúc tư vấn.

# 4. Sáu bước tư vấn KHHGĐ.

## 4.1. Gặp gỡ.

* Chào hỏi, mời ngồi, tỏ thái độ thân mật và bình đẳng, tạo lòng tin cho khách hàng.
* Tự giới thiệu về bản thân.

## 4.2. Gợi hỏi.

* Hỏi các thông tin liên quan đến hoàn cảnh, sức khỏe, nhu cầu tránh thai và bảo vệ kép. Khai thác kiến thức và hành vi hiện tại của khách hàng về các BPTT.
* Thông tin liên quan đến lối sống, ví dụ: có nhiều bạn tình; hút thuốc lá, hoặc nguy cơ NKLQĐTD.
* Hỏi BPTT đang sử dụng (nếu có), sự hài lòng và tác dụng không mong muốn.
* Câu hỏi loại trừ có thai.
* Chú ý lắng nghe, không sốt ruột, tránh nói nhiều.
* Phát hiện những nhận thức sai lệch của khách hàng.
* Hỏi thông tin về bạo hành phụ nữ, đặc biệt với khách hàng không sử dụng BPTT mặc dù không muốn có thai.

## 4.3. Giới thiệu.

* Giới thiệu về tác dụng bảo vệ kép.
* Giới thiệu các BPTT hiện có ở cơ sở và ở thị trường.
* Cung cấp đầy đủ thông tin về cả ưu điểm và nhược điểm; các tác dụng phụ và tai biến có thể gặp của BPTT. Bàn về nhu cầu tránh thai và nhu cầu phòng NKLTQĐTD.
* Tập trung vào vấn đề khách hàng quan tâm, giải thích khi khách hàng hiểu sai.

## 4.4. Giúp đỡ.

* Giúp cho khách hàng tự lựa chọn BPTT phù hợp nhất.
* Không áp đặt theo ý kiến chủ quan của mình.
* Nếu khách hàng chọn BPTT không phù hợp vì chống chỉ định thì góp ý cho khách hàng tìm BPTT khác.

## 4.5. Giải thích.

* Khi khách hàng chấp nhận một BPTT, giải thích đầy đủ hơn về cách sử dụng.
* Giải thích quá trình thực hiện và các thủ tục để tiến hành (với các BPTT lâm sàng như dụng cụ tử cung, triệt sản).
* Giải thích những nguyên nhân có thể đưa đến thất bại và cách phòng tránh.
* Nói rõ những dấu hiệu của tác dụng phụ và cách xử trí tại nhà.
* Nêu cho khách hàng biết những dấu hiệu cảnh báo và cách xử trí.
* Nói rõ mức độ phục hồi của BPTT.
* Giải thích tại sao cần có kiểm tra định kỳ và khuyên thực hiện đầy đủ.
* Giải thích một cách thỏa đáng những hiểu biết sai lệch của khách hàng.
* Sau khi giải thích, hỏi lại khách hàng để có phản hồi.

## 4.6. (Hẹn) Gặp lại.

* Trước khi chào tạm biệt, dặn dò khách hàng, hẹn khám kiểm tra định kỳ và khi có các dấu hiệu bất thường có thể quay trở lại bất kỳ lúc nào.
* Cung cấp tài liệu truyền thông.
* Cung cấp số điện thoại liên lạc khi cần thiết (nếu có)

***Chú ý: Trừ bước 1 và bước 6, các bước còn lại cần áp dụng linh hoạt, xen kẽ và bổ sung cho nhau.***