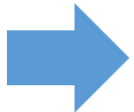




สุขภาพดีวิถีใหม่ : คนไทยรอบรู้ดี สุขภาพดี อารมณ์ดี



รัฐบาลผลักดัน การส่งเสริมการออกกำลังกายให้เป็นมหรรมระดับชาติ
โดยยกระดับการส่งเสริมการออกกำลังกายที่หลากหลายผ่านเทคโนโลยี



กลุ่มเป้าหมาย บุคลากรภาครัฐ เอกชน ชมรมออกกำลังกาย และประชาชนทั่วไป

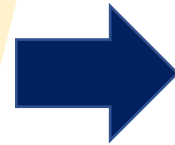
ก้าวทำใจ SEASON 1 และ 2



1 ก.พ. ถึง 31 มี.ค. 63

ผู้ลงทะเบียนทั้งสิ้น **480,115** คน

ระยะสะสมทั้งหมด 20,714,388 กิโลเมตร



1 ก.ค. ถึง 29 ส.ค. 63

ผู้ลงทะเบียนทั้งสิ้น **811,396** คน

สะสมพลังงานทั้งหมด 988,151,245 กิโลแคลอรี

ก้าวทำใจ SEASON 3

เป้าหมาย
5 ล้านครอบครัว



ก้าวทำใจ series

การส่งเสริมสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกาย และเทคโนโลยีใหม่

บุคลากร สธ.

บุคลากรอื่น ๆ ภาครัฐ

ภาคเอกชน

สถานศึกษา

สถานประกอบการ

ท้องถิ่น

Campaign

1. นำ Health Point ร่วมกับ
บ. ประกันชีวิต

“...ทำกาย ทำใจ คนไทยแข็งแรง...”



LINE



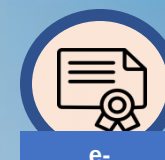
WEB APP



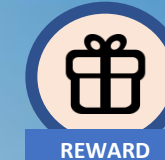
6 ACTIVITIES



H.LITERACY



e-
CERTIFICATE



REWARD



H.POINTS

ก้าวทำใจ season 3

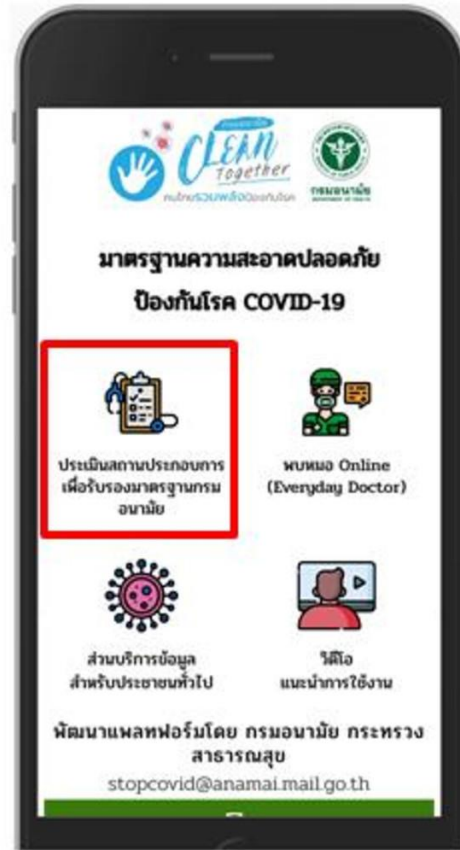
ออกกำลังกายสะสม Health Point

2. นำ Health Point ลดราคา /
แลกสินค้าในร้านสะดวกซื้อ

3. ลุ้นรับ Gift Voucher
จาก Sponsor ที่เข้าร่วม SS 3



ขั้นตอนปฏิบัติการโดย Thai Stop Covid



1. เข้าเว็บ

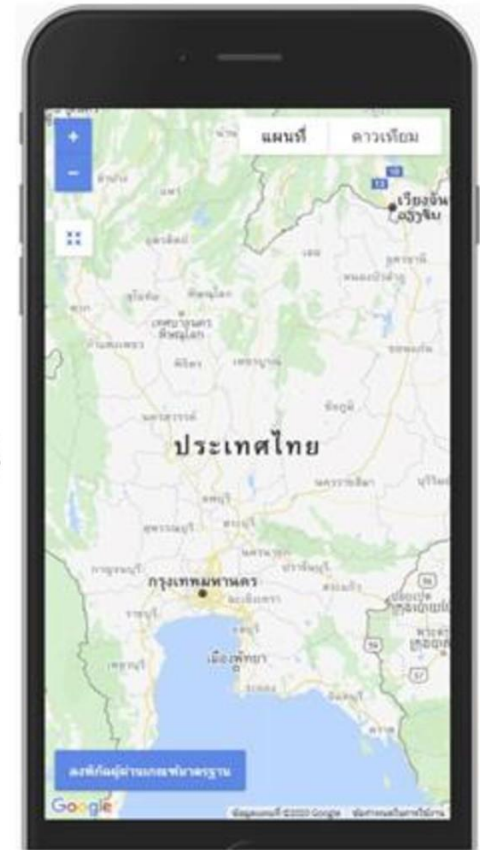
stopcovid.anamai.moph.go.th



2. เลือกประเมิน
สถานประกอบการ



3. ทำแบบประเมิน
มาตรฐานการป้องกันไวรัส



4. ใส่ค่าพิกัดสถานที่
เพื่อแสดงบนแผนที่จังหวัด

ขั้นตอนปฏิบัติการโดย Thai Stop Covid



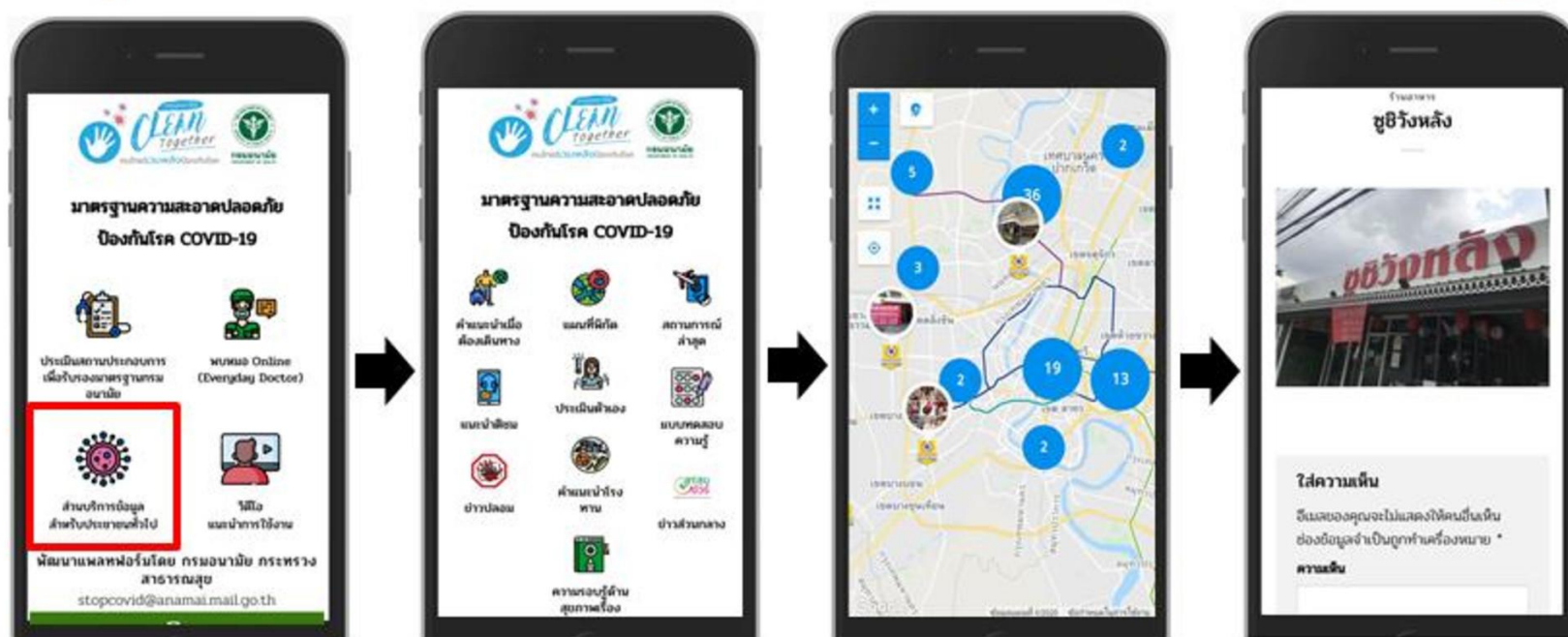
กรมอนามัย
DEPARTMENT OF HEALTH

ประชาชนสามารถร้องเรียน ตีชม
ผ่าน 2 ช่องทาง

1. ผ่าน QR code ในใบ E-Certificate
2. ผ่าน “แผนที่พิกัด” ใน Thai Stop Covid



5. ได้รับไฟล์ใบ Certificate
พิมพ์และลงชื่อกำกับแล้วนำมาติดหน้าร้าน



หน่วยงานหลัก : กรม อ./ กรม จ./ สสอป.สป.
หน่วยงานร่วม : คร./สบส. /อย./สพฉ./วท./สสส./กรม พ.

ประเด็น : สุขภาพดีวิถีใหม่ : คนไทยรอบรู้ดี สุขภาพดี อารมณ์ดี

Key Result	- ครอบครัวมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ จำนวน 5,000,000 ครอบครัว			
Impact of Policy	การสำรวจพฤติกรรมสุขภาพสุขภาพที่พึงประสงค์ของคนไทยอายุ ปี 2563 พบว่า คนไทยพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ ร้อยละ 35.25 และ จากการประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพจิตประชาชนไทย ปี 2560 พบว่าคนไทยมีความรอบรู้ด้านสุขภาพจิต ร้อยละ 43.79 และ ผลการสำรวจผลกระทบของ covid-19 ต่อพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรค NCD ในเดือนเมษายน 2563 พบว่า การระบาดของโรค โควิด-19 ส่งผลให้คนไทยออกกำลังกายน้อยลง ร้อยละ 46.64 และมีน้ำหนักตัวเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 29.3 ซึ่งการออกกำลังกายเหมาะสม การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ปลอดภัย และการมีสุขภาพจิตที่ดี จะช่วยกระตุ้นภูมิคุ้มกันของร่างกาย และช่วยลดความรุนแรงของโรคโควิด 19 ได้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New normal)			
Value chain	การขับเคลื่อนนโยบาย/มาตรการด้านการส่งเสริมสุขภาพวิถีใหม่ และการพัฒนาระบบ Digital Health Platform	การเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพวิถีใหม่	การพัฒนาระบบบริการรองรับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal	
Key Activity	1. ยกระดับ platform 10 ล้านครอบครัวไทยเป็น National PP Platform (NPP) สำหรับประชาชน (3อ) 2. พัฒนาหลักเกณฑ์ street food good health/ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด) ในระบบออนไลน์ 3. สื่อสารหลักเกณฑ์ street food good health/ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด) ให้พื้นที่รับทราบ	1. ประชาชน - คัดกรองและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพผ่าน NPP (3อ) (10 ล้านครอบครัวไทย) - สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้ประชาชน (ก้าวทำใจ Season3/healthier choice (เมนูสุขภาพ)/food safety) 2. ผู้ประกอบการ/เจ้าหน้าที่ - การพัฒนาศักยภาพ/การเสริมสร้างความรอบรู้ให้ผู้ประกอบการ/พขอ/อปท./เจ้าหน้าที่สาธารณสุข - ยกระดับมาตรฐานผ่าน TSC (street food good health/ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด))	1. การจัดบริการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 3อ (NCD/DPAC Clinic)	
ผู้รับผิดชอบ	กรม อ./กรม จ./สสอป.สป./สบส./อย./สพฉ.	กรม อ./ กรม จ./ สสอป.สป./สบส./วท.//อย./สสส.	กรม อ./กรม จ./สสอป.สป./คร./กรม พ./สพฉ	
Quick Win	ไตรมาส 1 (3 เดือน) 1. ประชุมประสานนโยบายร่วมกับ เขตสุขภาพ และ สสจ 2. ประชุมร่วมกับสถานประกอบการและท้องถิ่น (ระดับเขตสุขภาพ) 3. เปิดตัว Street food good health/ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด)) ระดับประเทศ	ไตรมาส 2 (6 เดือน) 1. มทรรรมเปิดตัวก้าวทำใจ Season3 ระดับประเทศพร้อมกับระดับเขต 2. กิจกรรมรณรงค์และขับเคลื่อน ก้าวทำใจ Season3 และ Street food good health/ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด)) รายเขต 3. ครอบครัวเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal สะสมจำนวน 2,000,000 ครอบครัว 4. ผู้ประกอบการเข้าถึงการประเมินตนเองเพื่อยกระดับผ่าน TSC - ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด) จังหวัดละ 1 แห่ง - Street Food Good Health จังหวัดละ 1 แห่ง	ไตรมาส 3 (9 เดือน) 1. ครอบครัวเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal สะสมจำนวน 4,000,000 ครอบครัว (ก้าวทำใจ season3) 2. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขประเมินและเฝ้าระวังสถานประกอบการ ครอบคลุม 76 จังหวัด	ไตรมาส 4 (12 เดือน) 1. ครอบครัวเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal สะสมจำนวน 5,000,000 ครอบครัว (ก้าวทำใจ season3) 2. สถานประกอบการปรับปรุงผ่านเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน 76 จังหวัด - ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด) จังหวัดละ 1 แห่ง - Street Food Good Health จังหวัดละ 1 แห่ง

ประเด็น : สุขภาพดีวิถีใหม่ : คนไทยรอบรู้ดี สุขภาพดี อารมณ์ดี



เป้าหมายที่เป็นรูปธรรม

ครอบครัวมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ จำนวน 5,000,000 ครอบครัว



ภาคีที่ร่วมงาน

อาหารปลอดภัย : Street food good health/Green and healthy market (ตลาดนัด)

- อปท./พชอ. /ชมรมอาหารและแผงลอยแห่งประเทศไทย /ชมรมผู้ประกอบการ
ร้านอาหาร /ชมรมผู้ประกอบการอาหาร /ททท.

ออกกำลังกาย : ก้าวทำใจ Season 3

- ก.ท่องเที่ยวฯ/ ก.ศธ. / ก.รง. / สธ. / สสส.)/สมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย / สมาคมกีฬาจักรยาน
แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์/บริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด /
บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด /บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด /บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) - CPF

ประเด็น 3 สุขภาพวิถีใหม่ : คนไทยรอบรู้ดี สุขภาพดี อารมณ์ดี

พื้นฐานและ กระบวนการ

การขับเคลื่อนนโยบาย/มาตรการด้านการส่งเสริมสุขภาพวิถีใหม่ และการพัฒนาระบบ Digital Health Platform

- ยกระดับ platform 10 ล้านครอบครัวไทยเป็น National PP Platform (NPP) สำหรับประชาชน (3อ)
- พัฒนาหลักเกณฑ์ street food good health/ตลาดสดน่าซื้อ (ตลาดนัด) ในระบบออนไลน์ และสื่อสาร

ให้พื้นที่รับทราบ

การเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพวิถีใหม่

ประชาชน

- คัดกรองและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพผ่าน NPP (3อ) (10 ล้านครอบครัวไทย)
- สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้ประชาชน (ก้าวท้าใจ Season3/healthier choice (เมนูสุขภาพ)/food safety)

ผู้ประกอบการ/เจ้าหน้าที่

- การพัฒนาศักยภาพ/การเสริมสร้างความรอบรู้ให้ผู้ประกอบการ/พชอ./อปท./เจ้าหน้าที่สาธารณสุข
- ยกระดับมาตรฐานผ่าน TSC (street food good health/ Healthy Market (ตลาดนัด))

การพัฒนาระบบบริการรองรับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal

- การจัดบริการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ 3อ (NCD/DPAC Clinic)

ประเด็น : สุขภาพดีวิถีใหม่ : คนไทยรอบรู้ดี สุขภาพดี อารมณ์ดี

Quick Win

3 เดือน

1. ประชุมประสานนโยบายร่วมกับเขตสุขภาพ และ สสจ
2. ประชุมร่วมกับสถานประกอบการและท้องถิ่น (ระดับเขตสุขภาพ)
3. เปิดตัว Model Street food good health/ Healthy Market (ตลาดนัด) ระดับประเทศ

6 เดือน

1. มหกรรมเปิดตัวก้าวทำใจ Season3 ระดับประเทศพร้อมกันระดับเขต
2. กิจกรรมรณรงค์และขับเคลื่อนก้าวทำใจ Season3 และ Street food good health Healthy Market (ตลาดนัด) รายเขต
3. ครอบคลุมเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม แบบ New normal สะสมจำนวน 2,000,000 ครอบคลุม (ก้าวทำใจ season3)
4. ผู้ประกอบการเข้าถึงการประเมินตนเองเพื่อยกระดับผ่าน TSC
 - Healthy Market (ตลาดนัด) จังหวัดละ 1 แห่ง
 - Street Food Good Health จังหวัดละ 1 แห่ง (รวม กทม.)

9 เดือน

1. ครอบคลุมเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal สะสมจำนวน 4,000,000 ครอบคลุม (ก้าวทำใจ season3)
2. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขประเมินและเฝ้าระวังสถานประกอบการครอบคลุม 76 จังหวัด + กทม.

12 เดือน

1. ครอบคลุมเข้าถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแบบ New normal สะสมจำนวน 5,000,000 ครอบคลุม (ก้าวทำใจ season3)
2. สถานประกอบการปรับปรุงผ่านเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน 76 จังหวัด + กทม.
 - Healthy Market (ตลาดนัด) จังหวัดละ 1 แห่ง
 - Street Food Good Health จังหวัดละ 1 แห่ง (รวม กทม.)