

راهنمای استفاده از برنامه عملیاتی و پایش و ارزشیابی
"شهر و روستای بدون دخانیات"



واژهنامه:

اهداف راهبردی برنامه:

دو هدف راهبردی این برنامه، کاهش مواجهه افراد با دود دست دوم و کاهش مصرف دخانیات می‌باشد.

استراتژی:

برای تحقق دو هدف راهبردی فوق‌الذکر از استراتژی‌های **MPOWER¹** استفاده شده است.

هدف کلان:

در این برنامه برای هرکدام از استراتژی‌ها یک هدف کلان با کد G(Goal) در نظر گرفته شده است.

G1: پایش مصرف دخانیات و سیاست‌های پیشگیری از آن‌ها
G2: محافظت از افراد در برابر دود دخانیات
G3: ارائه خدمات ترک برای شهروندان
G4: هشدار در مورد مخاطرات مصرف دخانیات
G5: اعمال محدودیت‌های مربوط به تبلیغات و ترویج و حمایت از محصولات
G6: افزایش قیمت محصولات دخانی از طریق افزایش مالیات
G7: ساماندهی فروش محصولات دخانی

اهداف اختصاصی:

برای اهداف کلان یک یا چند هدف اختصاصی با کد O(Objective) در نظر گرفته شده است.

فعالیت:

برای هر هدف اختصاصی تعدادی فعالیت که با کد A(Activity) در نظر گرفته شده است.

شاخص²:

برای سنجش هر فعالیت از یک شاخص (سنجه) استفاده شده است. در این برنامه، شاخص‌های مورد انتظار (خروجی، پیامد و نتیجه نهایی) به شرح جدول ذیل آورده شده است:



نتیجه نهایی (Impact)	شاخص‌های پیامدی (Outcomes)	شاخص‌های خروجی (Outputs)	فعالیت‌ها
کاهش مواجهه با دود دست دوم	تعداد اماکنی که گواهینامه مکان بدون دخانیات (TFP Certificate) را دریافت نموده‌اند.	درصدی از شهروندان که مطلع شده‌اند.	اطلاع‌رسانی عمومی به شهروندان
		درصدی از متصدیان که مطلع شده‌اند.	اطلاع‌رسانی به متصدیان
کاهش مصرف دخانیات توسط مردم	تعداد وسایل نقلیه عمومی که گواهینامه خودرو بدون دخانیات (TFA Certificate) را دریافت کرده‌اند.	درصدی از اماکن که پرچسب هشدار نصب کرده‌اند.	نصب پرچسب هشدار در اماکن عمومی
		تعداد/درصد گزارش‌هایی که به سامانه 190 واصل و رسیدگی شده است.	گزارش مردمی تخلف به سامانه 190
		درصد اقدامات قانونی با متخلفین	برخورد قانونی با متخلفین

1 حرف S با پیشنهاد تیم طراح پروژه به این استراتژی‌ها اضافه شده و به معنی ساماندهی فروش محصولات دخانی است. (برای تعاریف راهبردهای MPOWER به فایل نقشه راه رجوع شود).

2 لازم به ذکر است تعداد 57 شاخص خروجی در این برنامه، لحاظ گردیده است.

پیمایش:

به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز این طرح پرسشنامه‌ای³ طراحی شده که در دو مرحله (ابتدا و پایان یک سال) ارزیابی صورت می‌گیرد.

اماکن عمومی:

طبق تعاریف مندرج در بند 8 ماده 1 آیین‌نامه اجرایی قانون جامع کنترل و مبارزه ملی با دخانیات (پیوست 1).

نوآوری:

به مجموعه ابتکاراتی که ذیل هر هدف اختصاصی انجام می‌شود. طبقه‌بندی این ابتکارات همراه با مصادیق پیشنهادی مطابق جدول زیر آورده شده است:

امتیاز	مثال	ماهیت	تیپ
10	طراحی و اجرای پوستر، بیلبرد و ...	طراحی تبلیغاتی	تیپ 1
20	طراحی و تدوین بسته‌های آموزشی و اپلیکیشن‌ها	طراحی آموزشی و پژوهشی	تیپ 2
30	نوآوری در اجرا مانند پیمایش تلفنی یا اطلاع‌رسانی پیامکی و ...	طراحی و اجرای عملیاتی	تیپ 3
40	محله بدون دخانیات، اخذ عوارض شهرداری از فروشندگان محصولات دخانی و ...	اجرای برنامه‌های جدید در راستای تحقق شهر یا روستای بدون دخانیات	تیپ 4

مکان عمومی بدون دخانیات:

امکنه‌ای است که محل تردد عمومی بوده و در آن استعمال، عرضه و فروش دخانیات صورت نمی‌گیرد.

مواجهه با دود دست دوم دخانیات:

مواجهه افراد غیر مصرف‌کننده مواد دخانی با دود سیگار یا سایر محصولات دخانی حاصل از مصرف دیگران

تبلیغ و ترویج محصولات دخانی:

به هرگونه اقدام که به شکل مستقیم یا غیرمستقیم برای معرفی محصولات دخانی و ابزار مصرف آن و ایجاد تصور ذهنی، جلب‌توجه، تحریک و تشویق افراد به خرید و مصرف دخانیات از طرق مختلف، از قبیل رسانه‌های دیداری، شنیداری، نوشتاری، الکترونیکی و هرگونه کارزار رسانه‌ای از قبیل رادیو، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، مطبوعات، سینما، اینترنت، اینترانت، شبکه‌های صوتی و تصویری، تارنما، نمایشگاه، اسلاید، بانک‌های اطلاعاتی، لوح فشرده، تلفن، سامانه‌های پیام کوتاه، تابلوهای سر در واحدهای صنفی و تولیدات چاپی نظیر برگه‌های آگهی‌نما، برگه‌های تبلیغاتی، دفترچه‌های راهنما، بسته‌بندی برجسب کارت معرفی و آگهی‌نامه‌ها، تراکت، بروشور، اطلاعیه، بیلبرد، بنر، پوستر، تابلوهای تبلیغاتی و مانند آن‌ها انجام می‌شود و همچنین در معرض دید عموم گذاشتن، مصور نمودن و یا نمایش محصولات دخانی و ابزار مصرف آن در مراکز عرضه و فروش و اماکن عمومی از قبیل اماکن متبرکه دینی، مساجد، بیمارستان‌ها، درمانگاه‌ها، سالن‌های نمایش، سینماها، فضاهای عمومی مهمانخانه‌ها و مهمان‌سراها و میهمان‌پذیرها، خوراک‌سراها (رستوران‌ها)، قهوه‌خانه‌ها، کارخانه‌ها، گنجینه‌ها (موزه‌ها)، پایانه‌های حمل‌ونقل و مسافربری، فروشگاه‌های بزرگ، اماکن فرهنگی، اماکن ورزشی، تفریحی، کتابخانه‌های عمومی، مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی، وسایط نقلیه عمومی، مؤسسات و سازمان‌های دولتی و عمومی، نهادهای انقلاب اسلامی، بانک‌ها، شهرداری‌ها، میادین، رویدادهای خاص و هر نوع مرکز و محل جمعی دیگر اطلاق می‌گردد.

3 پرسشنامه در اسناد پشتیبان متعاقباً ارسال می‌گردد.

★ **تبلیغ غیرمستقیم محصولات دخانی:** به استفاده از روش‌های غیرمستقیم از قبیل درج یا چاپ علامت یا تصاویر محصولات دخانی روی کالاهای غیر دخانی مانند کلاه، جاسونچی، کیف، توپ، لوازم التحریر، فندک، پوشش مواد خوراکی، پوشاک، لوح فشرده و غیره که برای تبلیغ، تشویق و ترویج مواد دخانی بکار می‌رود، اطلاق می‌شود.

فروش مجاز محصولات دخانی:

فروش انواع محصولات دخانی در واحدهای صنفی خرده‌فروشی مجاز (سوپرمارکت، خواربارفروش و سقط فروش)

عرضه محصولات دخانی:

ارائه قلیان در اماکن عمومی (قهومخانه، سفرمخانه‌های سنتی، رستوران، کافی‌شاپ و ...)

خانه بدون دخانیات:

خانه‌ای که دارای معیارهای ذکر شده در شیوه‌نامه پیاده‌سازی شهر و روستای بدون دخانیات می‌باشد.

وسیله نقلیه عمومی بدون دخانیات:

وسیله نقلیه عمومی که دارای معیارهای ذکر شده در شیوه‌نامه پیاده‌سازی شهر و روستای بدون دخانیات می‌باشد.

خیابان بدون دخانیات:

خیابانی که دارای معیارهای ذکر شده در شیوه‌نامه پیاده‌سازی شهر و روستای بدون دخانیات می‌باشد.

خدمات مشاوره و ترک دخانیات:

به مجموعه اقداماتی که برای ترک دخانیات در مراکز خدمات جامع سلامت شهری / روستایی و بخش خصوصی ارائه می‌گردد، اطلاق می‌شود.

حریم 100 متری:

شعاع 100 متری واحدهای صنفی فروشنده محصولات دخانی از مراکز آموزشی، فرهنگی، مذهبی و ورزشی

کمپین اطلاع‌رسانی:

پویش‌هایی که برای اطلاع‌رسانی عمومی در مورد مضرات مصرف دخانیات و مواجهه با دود دست دوم آن به مدت حداقل سه هفته به‌طور هماهنگ و هدفمند اجرا شود.

سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن)

تشکل‌ها، شبکه‌ها و مؤسسات غیردولتی که در راستای اهداف حوزه سلامت نقش‌آفرینی می‌کنند. ابتکار عمل داوطلبانه و کنش جامعه مدنی نیز در این تعریف قرار می‌گیرد.

اپلیکیشن ترک:

نرم‌افزارهایی که به شکل هوشمند اطلاعات لازم را در اختیار متقاضیان ترک دخانیات قرار می‌دهد.

مبنای تدوین برنامه شهر و روستای بدون دخانیات

برای طراحی این برنامه از مدل‌های زیر استفاده شده است:

1. مدل طراحی مداخلات الگوی اجتماعی- اکولوژیک (Socio-Ecological Model)
2. مدل تحلیل Gap Analysis یا تحلیل شکاف (اندازمگیری وضعیت موجود، اندازمگیری فاصله آن از وضع مطلوب و طراحی مداخله برای حصول نتیجه).
3. مدل ارزشیابی آن مدیریت مبتنی بر نتیجه (Result Based Management)

1. الگوی اکولوژیک اجتماعی (Social Ecological Model)

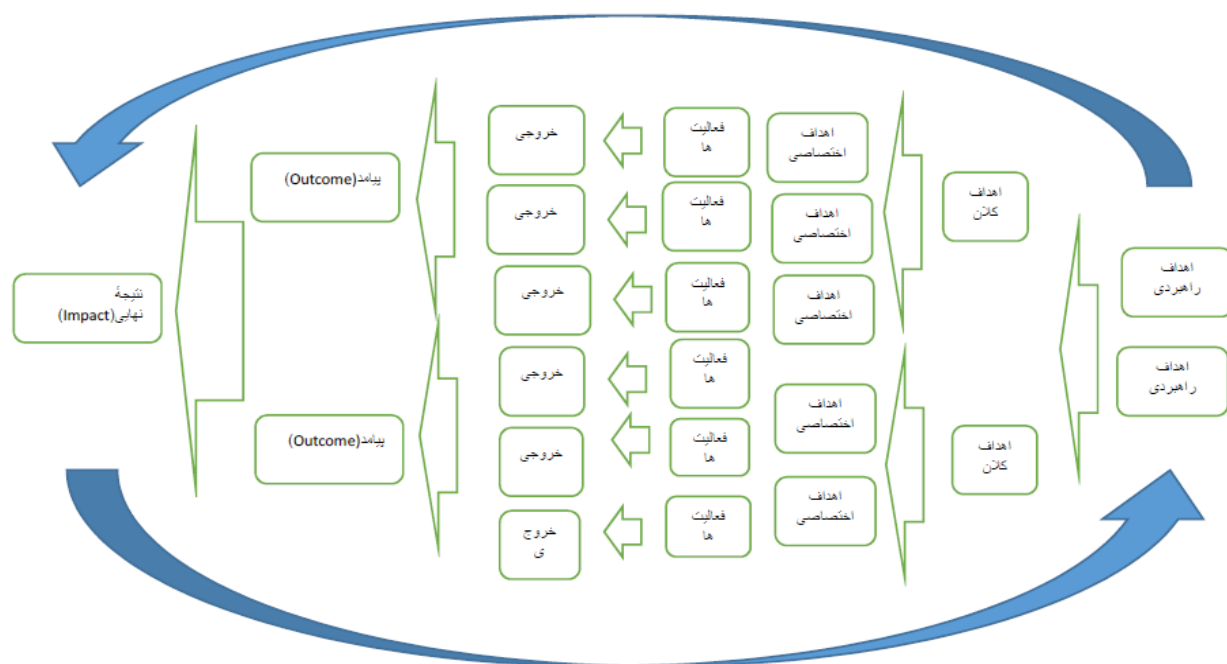
سطح مداخلات	شرح	مصادیق در شهر و روستای بدون دخانیات
فردی	ویژگی‌هایی که باعث تغییر رفتار فردی می‌شود، شامل دانش، نگرش، رفتار، خود کارآمدی، تاریخچه رشد و تکامل، جنسیت، سن، هویت دینی، هویت نژادی/قومی، جهت‌گیری جنسی، وضعیت اقتصادی، منابع مالی، ارزش‌ها، اهداف، انتظارات، سطح سواد، انگ و سایر چیزها.	آموزش‌ها، حضور در دوره‌های ترک دخانیات، استفاده از اپلیکیشن ترک
بین فردی	حمایت رسمی یا غیررسمی اجتماعی که می‌تواند روی رفتار فرد اثر بگذارد مانند خانواده، دوستان، هم‌سازان، همکاران، شبکه مذهبی، آداب و رسوم و سنت‌ها	جذب سفیر سلامت خانواده و محله و اجرای پروژه‌هایی مانند خانه بدون دخانیات یا مدرسه بدون دخانیات و ...
جامعه محلی	ارتباط بین محیط‌های سازمان‌ها و نهادها و شبکه‌های اطلاعاتی با مرزهای مشخص، شامل محیط‌های ساخته‌شده (مثل پارک‌ها)، روستاها، مؤسسات، رهبران محلی، تجارت و حمل‌ونقل.	بهربرداری از اتحادیه‌هایی مثل اتوبوس‌رانی، تاکسی‌رانی، قهوه‌خانه‌داران، رستوران‌داران، سازمان‌های مردمنهاد و ...
سازمانی	سازمان‌ها یا نهادهای اجتماعی که با قواعد و دستورالعمل‌هایی برای اجرا که بر چگونگی کارکرد بهتر برای افراد یا گروه‌ها تأثیر بگذارد	ایجاد دبیرخانه شهر و روستای بدون دخانیات با هماهنگی نهادها و سازمان‌های فعال در یک شهر و روستا و اجرای پروژه خیابان، محله، پارک، مدرسه و بیمارستان بدون دخانیات و ...
سیاست‌گذاری/توانمندسازی محیطی	قوانین و سیاست‌های محلی، استانی یا ملی شامل سیاست‌های تخصیص منابع برای مادران، نوزادان، سلامت کودکان و دسترسی به خدمات سلامت یا سیاست‌های محدودکننده مانند افزایش تعرفه‌های خدمات سلامت یا افزایش مالیات بر آن‌ها و ...	بهربرداری از مصوبات شورای شهر یا اختیارات دادستانی برای اجرای محدودیت‌ها و اعمال قوانین و مقررات یا ایجاد مشوق برای اماکنی که داوطلبانه دخانیات عرضه نمی‌کنند به‌عنوان مروج سلامت.

2. مدل تحلیل Gap Analysis یا تحلیل شکاف

در تحلیل داده‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها از الگوی تحلیل شکاف (Gap Analysis) استفاده شده است. در این روش وضعیت موجود ارزیابی شده، وضعیت مطلوب توسط سیاست‌گذار تعیین می‌گردد، پس از تعیین فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب، مداخله‌ها طراحی شده و این فاصله پر می‌شود (در واقع به اهداف دست می‌ایابیم). تعیین وضعیت موجود با پیمایش اولیه مشخص شده، در پایان برنامه پس از ارزیابی نتایج مداخلات انجام شده، با مقایسه نتایج با ارزیابی اولیه، میزان دسترسی و تحقق اهداف مشخص خواهد شد.

3. الگوی "مدیریت مبتنی بر نتیجه" یا Result Based Management

در این الگو، اهداف راهبردی به اهداف کلان شکسته می‌شوند، اهداف کلان به اهداف اختصاصی، هر هدف اختصاصی توسط یک یا چند فعالیت محقق خواهد شد؛ هر فعالیت یک خروجی بلافاصله خواهد داشت، تعدادی از خروجی‌ها منجر به یک پیامد و جمع پیامدها اهداف راهبردی اولیه را محقق خواهند کرد. فلش‌های آبی‌رنگ نشان‌دهنده ارتباط اهداف راهبردی و نتایج نهایی تحقق اهداف هستند.



تصویر شماره 1: الگوی مدیریت مبتنی بر نتیجه

توضیح ستون‌های جدول اکسل برنامه عملیاتی (Action Plan) و پایش و ارزشیابی (Monitoring and Evaluation)

یادآوری اول: به دلیل اینکه از نظام کدگذاری و درصد تحقق آن‌ها برای پایش و ارزشیابی برنامه استفاده می‌شود، لطفاً از اضافه و کم کردن و تغییر کدها اجتناب شود.

ستون A: عنوان اهداف راهبردی

ستون B: ضریب اهداف راهبردی

ستون C: استراتژی‌های MPOWERS

ستون D: کد و عنوان هدف کلان که با حروف بزرگ انگلیسی مشخص شده است (G1-G7) و در مقابل آن عنوانش نوشته شده است.

ستون E: ضریب اهداف کلان (جمع ضرایب اهداف کلان مربوط به هر هدف راهبردی برابر 1 است).

ستون F: کد هدف اختصاصی (هر هدف اختصاصی با حرف بزرگ O انگلیسی مشخص می‌شود؛ بنابراین G101 یعنی هدف اختصاصی اول از هدف کلان اول)

ستون G: عنوان هدف اختصاصی (هر هدف کلان به یک یا چند هدف اختصاصی تقسیم شده است).

ستون H: ضریب هدف اختصاصی (جمع ضرایب اهداف اختصاصی مربوط به هر هدف کلان 1 است).

ستون I: کد فعالیت (هر فعالیت با کد A مشخص شده است بنابراین G101A1 یعنی فعالیت اول از هدف اختصاصی اول از هدف کلان اول).

ستون J: عنوان فعالیت (هر هدف اختصاصی توسط چند فعالیت محقق می‌شود).

ستون K: مسئول اجرا (در این ستون نام مسئول اجرای فعالیت نوشته می‌شود).

ستون L: در اینجا شاخص (سنجه) هر فعالیت نوشته شده است (هر فعالیت با این سنجه سنجیده خواهد شد).

ستون M: نحوه محاسبه شاخص (در این ستون نحوه محاسبه سنجه آمده است).

ستون N: شیوه ارزیابی شاخص (ارزیابی به روش‌های مشاهده، مصاحبه یا بررسی مستندات در نظر گرفته شده است).

ستون O: نحوه محاسبه خروجی

یادآوری دوم: در پایان هر فصل سال (سه‌ماهه)، درصد تحقق هر فعالیت در این ستون نوشته خواهد شد.

ستون P: خروجی (out put) در این ستون میزان تحقق هر فعالیت به درصد نوشته خواهد شد (25 یا 60 یا 100) که پس از محاسبه توسط دبیرخانه بایستی عدد واقعی در آن درج شود.

ستون Q: ضریب خروجی (مجموع ضرایب خروجی مربوط به فعالیت‌های هر هدف اختصاصی برابر با یک است).

ستون R: پیامد (در این ستون پیامد فعالیت‌های یک هدف اختصاصی نوشته شده است). جای درج پیامد نوآوری‌ها خالی گذاشته شده است که توسط دبیرخانه شهر و روستای بدون دخانیات تکمیل خواهد شد.

ستون S: نحوه محاسبه امتیاز پیامد (در این ستون نحوه محاسبه مقدار امتیازی که به هر پیامد تعلق می‌گیرد ذکر شده است).

ستون T: جمع امتیاز پیامدها (پس از محاسبه توسط دبیرخانه شهر و روستای بدون دخانیات عدد واقعی در آن درج خواهد شد).

یادآوری سوم: جمع امتیاز پیامدها در پایان هر فصل در اینجا ذکر شود.

ستون U: ضریب پیامد (جمع ضرایب پیامدهای یک هدف کلان برابر با یک خواهد بود).

ستون V: امتیاز نهایی هر فعالیت در اینجا ذکر می‌شود. این امتیاز حاصل ضرب $B * E * H * P * Q * T * V$ خواهد بود.

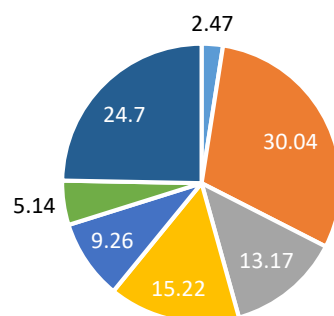
امتیاز کل: جمع خانه‌های ستون V امتیاز کل فعالیت‌ها و اقدامات در شهر و روستای بدون دخانیات خواهد بود که این محاسبه استفاده‌های زیر را در بر خواهد داشت:

- رتبه‌بندی شهر و روستای بدون دخانیات
- ایجاد تفاوت بین شهر و روستای کوچک و بزرگ
- به‌عنوان ابزاری برای توزیع اعتبارات

یادآوری چهارم: لطفاً برای ارزیابی خروجی‌ها و پیامدها در پایان هر فصل -توسط دبیرخانه شهر و روستای بدون دخانیات- از فرمول‌های ذکر شده در فایل اکسل استفاده شود ولی در پایان برنامه بایستی انتخاب تصادفی با استفاده از روش خوشه‌ای و شیوه‌های آماری ارزیابی دقیق به‌عمل آمده به دبیرخانه کشوری اعلام گردد.

توزیع امتیازبندی شاخص‌ها به شرح ذیل می‌باشد⁴:

نسبت امتیاز شاخص‌ها



کاهش دسترسی ■ افزایش قیمت ■ تبلیغات ■ آموزش ■ ترک ■ کاهش مواجهه ■ پایش

4 ممکن است پس از پیاده‌سازی، نسبت این امتیازات تا حدودی تغییر کند.