喀什地区供销合作社联合社农产品促销与加工项目支出绩效评价报告

项目名称：农产品促销与加工项目

实施单位：喀什地区供销合作社联合社

评价部门：喀什地区供销合作社联合社

二零二零年四月

1. 基本情况
2. 项目概况
3. 项目背景及立项依据

本项目根据喀什地委、行署下发的参加疆内外农产品展销推介会的文件、通知立项，通过每年参加各类展会，旨在帮助农产品生产经营者加强产销衔接，搞活市场流通，强化宣传推介，培育市场品牌，拓宽市场销路。为喀什地区大宗农产品和特色农产品提高在疆内外的知名度，促进地区农产品上行外销，涉及喀什地区各县市特色农产品。

2.项目主要内容及实施情况

参加各类展会预计成本为30万元，为参加全国主要大中城市举办的有关农林产品的各类展会支出：包括参展差旅费、展品费、展品运输费、展品临时储存保管费、广告牌制作费、宣传费及与展会相关的其他支出等，以及到喀什地区各县实地了解调查农产品市场情况，对农产品价格、数量、质量进行调查的各项支出，包括到各县的差旅费等相关支出。通过参加展会来提升喀什特色林果品知名度，促进喀什地区农产品上行外销，使喀什果品品牌影响力不断高；学习借鉴区内外农产品销售的好经验、好做法，探索和推进喀什农产品销售工作，实现互利共赢。

为保证项目质量和成本控制，我单位积极与地区农业农村局、各农业生产加工企业对接，进行了农产品促销及品牌建设与推广工作，制定《喀什地区农产品销售工作方案》，组织各农产品生产加工企业进行喀什地区名特农产品销售推广工作，为保质保量完成提供了强有力的政策和资金支持，有效地推进了喀什地区农产品外销及品牌建设工作，本项目不存在检查验收程序。

1. 资金投入和使用情况

本项目资金30万元，资金来源为本级部门预算，其他资金0万元，资金到位30万元；资金到位率100%。

资金的使用范围：根据本年喀地财发【2019】60号关于下达2019年喀什地区本级部门预算的文件，到位资金30万元，本项目实际支付资金30万元，预算执行率100%。项目资金主要用于支付差旅费5.4万元、展品及运输费用9.39万元，包装物及会展费等其他费用15.21万元，结余0万元。

本项目资金严格按照项目资金管理办法和地区财政资金管理制度支付资金；资金支付由本单位分管地区领导、主管财务领导、地区财政局等各级部门审批审核；资金的支付有完整的审批程序和手续符合制度要求；不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

1. 绩效目标

总体目标为：2019年7月-12月，组织本地区优质的农产品，积极组织不少于3家喀什地区农副产品企业、合作社等参加疆内外各类农产品展销推介会，全年不少于3次。参加各类展会预计成本为30万元。通过参加展会来提升喀什特色林果品知名度，促进喀什地区农产品上行外销，使喀什果品品牌影响力不断高；学习借鉴区内外农产品销售的好经验、好做法，探索和推进喀什农产品销售工作，实现互利共赢。

项目共设置1级指标3个，二级指标8个，三级指标12个，绩效目标申报表详见附件1。

1. 评价工作简述
2. 评价目的

本次绩效评价遵循财政部《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）和自治区财政厅《自治区财政支出绩效评价管理暂行办法》（新财预〔2018〕189号）等相关政策文件与规定，旨在评价农产品促销与加工项目实施前期、过程及效果，评价财政预算资金使用的效率及效益。

1. 本次绩效评价的对象及范围

本次评价对象为农产品促销与加工项目资金，评价范围包括专项资金的安排、组织及使用效益。

1. 绩效评价原则

本次绩效评价遵循的原则包括：

* 1. 科学公正。绩效评价应当运用科学合理的方法，按照规范的程序，对项目绩效进行客观、公正的反映。
  2. 统筹兼顾。单位自评、部门评价和财政评价应职责明确，各有侧重，相互衔接。单位自评应由项目单位自主实施，即“谁支出、谁自评”。部门评价和财政评价应在单位自评的基础上开展，必要时可委托第三方机构实施。
  3. 激励约束。绩效评价结果应与预算安排、政策调整、改进管理实质性挂钩，体现奖优罚劣和激励相容导向，有效要安排、低效要压减、无效要问责。
  4. 公开透明。绩效评价结果应依法依规公开，并自觉接受社会监督。

1. 本项目绩效评价体系

本项目绩效评价体系为根据财预﹝2020﹞10号共性指标及个性化指标设置，详见附件4。

1. 绩效评价方法

本次绩效评价方法的选用坚持简便有效的原则采用成本效益分析法、比较法、因素分析法、问卷调查法、综合分析法。

1. 评价标准

项目评价标准采用行业标准、历史标准。

1. 绩效评价工作过程

本次评价成立了评价小组，成员如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 评价人 | 职责 | 职称 |
| 王龙 | 评价组组长 | 党委副书记、理事会主任 |
| 陈立才 | 评价组副组长 | 监事会主任 |
| 李欣 | 评价组成员 | 基层工作科科长 |
| 袁露 | 评价组成员 | 财务科科员 |

本次评价设计了评价方案、评价指标体系，通过资料分析、调研、访谈满意度调查等方式形成评价结论，确定评价意见，并出具评价报告。

1. 综合评价情况及评价结论

经评价组通过实地调研、资料分析等方式，采用综合分析法、成本效益分析法、等对项目的决策、管理、绩效进行的综合评价分析，项目得分为98分，评价结果为优，详见附件6。

1. 绩效评价指标分析
2. **项目的决策情况**

本项目的立项符合相关法规政策及部门职责，依据充分；项目按照规定的程序申请设立；审批文件、材料符合相关要求；项目前期已经过必要的可行性研究、绩效评估、集体决策。

项目根据相关文件要求设置了绩效目标，项目绩效目标基本合理，与实际工作内容相关；项目预期产出效益和效果符合正常的业绩水平；与预算确定的项目资金量相匹配。将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；通过清晰、可衡量的指标值予以体现；与项目目标计划数相对应。

项目在资金投入方面，预算编制经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。项目预算资金分配有测算依据，与地方实际相适应。

1. **项目的过程情况**

在资金管理方面，项目资金到位足额及时，及时支付，资金使用符合国家法规和财务管理制度；资金拨付有完整的审批程序和手续，符合项目预算批复的用途；不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

项目实施过程中，我单位建立了《项目制度》保障项目的顺利实施。项目的实施遵守相关法律法规和业务管理规定，项目资料齐全并及时装订、归档。已建立《项目管理制度》，不定期对项目进度情况进行督导检查，对检查过程中发现的问题及时督促整改，确保了项目按时保质完成。

为保证项目质量和成本控制，我单位积极与地区农业农村局、各农业生产加工企业对接，进行了农产品促销及品牌建设与推广工作，制定《喀什地区农产品销售工作方案》，组织各农产品生产加工企业进行喀什地区名特农产品销售推广工作，为保质保量完成提供了强有力的政策和资金支持，有效地推进了喀什地区农产品外销及品牌建设工作，本项目不存在检查验收程序。项目资金使用符合资金使用要求，无违规使用资金情况发生，并按规定支付款项。

本项目不存在调整情况。

1. **项目产出情况**

项目产出数量为：

定制包装物数量，预期指标是1批，实际完成值是1批，指标完成率是100%，达到了预期目标。

组织参展企业数量，预期指标是3家，实际完成值是13家，指标完成率是100%，达到预期目标。

参展的次数，预期指标是3次，实际完成值是5次，指标完成率是100%，达到预期目标。

数量预期指标值共计3个，实际完成值为3个，指标达到预期目标。

项目产出质量为参展农产品合格率，预期指标是100%，实际完成值是100%，指标完成率是100%。

预期质量指标值共计1个，实际完成值1个，指标达到预期目标。

项目产出时效为参加展会时间，预期指标是2019年1-12月间，实际完成值是2019年6月、8月、9月、10月、11月，指标完成率是100%。

预期时效指标值共计1个，实际完成值1个，达到预期目标。

项目产出成本指标为：

成本指标共计3个，完成1个，达到预期目标。参展展销品成本，预期指标是23万元，实际完成值是9.39万元，节约了参展展销品13.61万元，我单位组织企业参加各类展销会，主要发挥桥梁纽带作用，2019年参展展销品支出9.39万元，指标完成率是40.82%，未达到预期目标。2019年参展展销品支出9.39万元，其余由各参展企业携带自己品质优良的产品参展；根据地委行署安排，2019年除参加展会外，完成发展庭院经济助农增收，为10县市收购、批发农产品搭建销售平台，为各县市在市场制作门牌、摊位，将农产品输送出去销售到外地。在喀什库克兰、曙光农博城建立蔬菜销售点，制作宣传牌，为10个县市解决蔬菜销售问题，助力喀什庭院经济发展，为脱贫攻坚打下基础。赴郑州对接红枣交割库事宜，为解决喀什地区红枣销售问题，拓宽销售渠道，打开市场。

参展包装物及宣传费，预期指标是4.5万元，实际完成值是15.21万元，超支10.71万元，未达到预期目标，原因：该成本指标很难预测，当年预测不准。措施：争取明年做准该指标预测值。

参展人员差旅费，预期指标是2.5万元，实际完成值是5.4万元，未达到预期目标，其原因：执行时实际参加人数增加致使此项费用增加。措施：争取明年做准该指标预测值。

1. **项目效益情况**

（1）项目实施的经济效益指标为农产品销售额，预期指标是明显提高，实际完成值是明显提高，指标完成率是100%，达到预期目标。

经济效益指标共计1个，完成1个，达到预期目标。

（2）项目实施的社会效益指标为喀什特色林果品知名度，预期指标是持续提升，实际完成值是持续提升，指标完成率是100%，达到预期目标。

社会效益指标共计1个，完成1个，达到预期目标。

（3）项目实施的生态效益指标无。

（4）项目实施的可持续影响指标为：喀什农产品品牌影响力，预期指标是不断提高，实际完成值是不断提高，指标完成率是100%，达到预期目标。

可持续指标共计1个，完成1个，达到预期目标。

（5）满意度指标：按计划完成项目实施，已做满意度调查问卷，合作企业满意度，预期指标是95%，实际完成值是97%，指标完成率是100%，达到预期目标。

满意度指标共计1个，完成1个，达到预期目标，服务对象满意度指标完成。

1. 主要经验及做法、存在的问题及原因分析
2. 主要经验及做法

通过预算绩效管理，总结了工作中的较好的经验，本年度资金安排30万元，资金使用主要是依据地委、行署相关参展文件，严格按照财务制度使用项目资金，对项目资金使用做绩效评价。通过参加各类展会对喀什农产品知名度有效提升，吸引了外部投资，促进了农民增收。

一是领导重视,组织有力。地委、行署主要领导高度重视,对喀什地区参加展会作出重要批示指示,提出参展要求,确保高质量参加展会。二是大力宣传,提高影响力。为进一步提高喀什特色商品的知名度和影响力,喀什地区代表团充分利用各类宣传媒介开展多层次、全方位的宣传。如：召开喀什专场推介会,品鉴喀什特色产品、瓜果;发放各类宣传资料广泛收集各类具有喀什特色的商品图片和简明的文字说明,精心布置展台,通过图片展示增强客商的感性认等。三是主动出击,加强合作与交流。通过对接与治谈,使内地客商进一步了解了喀什,也使我区的企业看到了喀什地区特色商品得天独厚的发展优势,增强了参与国内、国际持色商品市场竟争的信心；通过参观其他省区市的展区与销售,学习交流了参展的经验,看到了不足,找到了差距,增进了友谊。

（二）存在的问题及原因分析

目前喀什地区农产品上行外销工作已成为地委、行署高度重视、推进的工作，供销社系统作为农产品销售的主力军，发挥着重要作用，目前承担的内地市场推广任务重，资金需求大，所需扶持的内容增加，项目资金的额度已明显不足。

宣传力度有待进一步加强；包装物品质有待提升。

1. 有关建议

年初做好资金计划，按照项目进度及时拨付资金，使资金使用效益最大化，减少不必要的浪费，节约成本。扩大资金扶持范围，将农产品推介销售、品牌建设、包装设计与制作、线上电商销售、内地仓储设立补贴等内容纳入资金扶持范围内，并增加项目资金额度，已有效帮助喀什地区农产品对外推广销售工作。

可参照单位制定的农产品收购销售方案，与援疆省市联合，利用公共设施宣传栏等方式加强宣传力度；对产品包装物的品质可多参考，设计要突显地方特色。

1. 其他需要说明的问题

无其他说明的问题。

附件1：喀什地区供销合作社联合社农产品促销与加工项目支出绩效目标申报表

附件2：喀什地区供销合作社联合社农产品促销与加工项目支出绩效表

附件3：喀什地区供销合作社联合社农产品促销与加工项目支出绩效自评表

附件4：喀什地区供销合作社联合社农产品促销与加工项目支出绩效评价指标体系

附件5：绩效评价依据

附件6：喀什地区供销合作社联合社农产品促销与加工项目支出绩效评价评分表