**财政项目支出绩效自评报告**

项目名称： 基层市场监管补助资金

项目单位： 五台山风景名胜区市场监督管理局

主管部门： 五台山风景名胜区市场监督管理局-006

2021年1月

目 录

一、项目的基本情况 3

（一）项目概况 3

（二）预算执行情况 3

（三）项目绩效目标 4

（四）项目实施计划 4

二、项目绩效情况 4

（一）预算执行情况 5

（二）项目产出情况 6

（三）项目效益情况 6

（四）项目满意度情况 7

三、项目绩效分析 7

四、项目主要经验做法 8

五、项目管理中存在问题及原因分析 8

六、进一步加强项目管理措施及建议 8

附件1.项目支出绩效自评表 10

附件2.绩效自评相关资料 11

**一、项目的基本情况**

（一）项目概况

**项目概况：**上级相关部门为加强基层市场监督管理力度，规范市场经营行为，维护消费者合法权益而拨付的一定经费。

**立项依据：**忻财行[2020]108号

**设立的必要性：**保障市场监督管理正常运转，加强基层市场监督管理力度，提高市场监管效能。

**保证项目实施的措施与制度：**1、严格规范资金开支，加强使用管理，做到专款专用；2、加大对基层监管补助资金的监管力度，推动资金监管全面落实；3、结合景区监管实际情况，重点开展风险隐患排查、加大要案查办力度，加强基层监管人员监管业务培训等工作

**项目实施计划：**按照上级指示精神，做到专款专用，加强市场监督管理力度

（二）预算执行情况

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **行次** | **年度总金额(万元)** | **财政资金** | | | | | **上年结转资金(万元)** | **其他资金(万元)** |
| **小计** | **中央级** | **省级** | **市级** | **县区级** |
| 年初预算资金 | (1) | 7 | 7 |  | 7 |  |  |  |  |
| 全年预算资金 | (2) | 7 | 7 |  | 7 |  |  |  |  |
| 实际到位资金 | (3) | 7 | 7 |  | 7 |  |  |  |  |
| 全年执行资金 | (4) | 7 | 7 |  | 7 |  |  |  |  |
| 资金结余 | (5)=(3)-(4) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 预算到位率 | (6)=(3)/(2) | 100 | 100 | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 预算执行率(%) | (7)=(4)/(2) | 100 | 100 | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 |

（三）项目绩效目标

（1）. 项目实施期绩效目标

加强景区基层市场监督管理力度，规范市场经营行为

（2）. 项目年度目标

加强景区基层市场监督管理力度，规范市场经营行为

**二、项目绩效情况**

综合考虑预算执行情况、产出、效益、服务对象满意度各方面因素，通过数据采集及分析，最终评分结果：基层市场监管补助资金项目绩效自评价结果为:总得分98.88分，属于"优秀"。

（一）预算执行情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **二级指标** | **三级指标** | **权重** | **目标值** | **业绩值** | **得分** |
| 预算执行指标 | 预算执行率 | 10 | 100% | 100.00% | 10 |

（二）项目产出情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **二级指标** | **三级指标** | **权重** | **目标值** | **业绩值** | **得分** |
| 数量指标 | 市场监管宣传活动开展数（次） | 11.25 | 5 | 5次 | 11.25 |
| 质量指标 | 市场监管覆盖率（%） | 11.25 | 95% | 95% | 11.25 |
| 时效指标 | 市场监管及时性 | 11.25 | 及时 | 100% | 11.25 |
| 成本指标 | 基层市场监管总成本（万元） | 11.25 | 7 | 7万元 | 11.25 |

（三）项目效益情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **二级指标** | **三级指标** | **权重** | **目标值** | **业绩值** | **得分** |
| 社会效益 | 为景区营造良好的营商环境和消费环境 | 11.25 | 提升 | 100% | 11.25 |
| 提升景区市场监管的整体管理能力和服务能力 | 11.25 | 明显提升 | 90% | 10.13 |
| 可持续影响指标 | 为景区的市场监管事业提供强大的实力支撑 | 11.25 | 明显 | 100% | 11.25 |

（四）项目满意度情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **二级指标** | **三级指标** | **权重** | **目标值** | **业绩值** | **得分** |
| 服务对象满意度指标 | 景区公众满意度（%） | 11.25 | 96% | 96% | 11.25 |

**三、****项目绩效分析**

1. **项目实施和预算执行情况及分析**

2021年中央和省级下达我局基层市场监管补助资金7万元，已全部下拨到位。主要用于各类食品安全知识的宣传费、市场监管人员的日常经费，提升基层市场监管能力。当年使用7万元，资金使用率100%。

1. **产出情况及分析**

1、2021年度景区开展市场检查121次，检查各类食品经营单位1400家，发现整改隐患111处，接受举报投诉42起，组织各类专项整治18项，下达责令改正通知书39份。通过一系列专项整治活动，有效维护了景区食品安全、规范了市场经营行为。2、基层市场监管能力建设得到一定提升，市场监管宣传活动开展5次。

1. **效益情况及分析**

景区食品安全总体水平不断提高；假冒伪劣产品制售行为不断降低，未发生重大食品安全事件。

1. **满意度情况及分析**

公众对市场监管的宣传满意度90%以上。在推进食品监管工作过程中，始终将宣传工作放在突出位置，根据不同时期食品安全重点工作、重大活动、重大事件，组织策划宣传主题和稿件采写，及时发布权威安全形势分析报告，制作食品安全公益广告，通过短信、微信平台发布安全消费提示，提升公众的安全健康消费理念。

**四、项目主要经验做法**

严把食品安全关，保障食品安全，我局工作人员认真组织学习省局相关文件，深刻领会文件精神，统一思想认识，把中央补助专项资金绩效评价工作当作一项大事来抓，通过组织学习，提高思想觉悟，使大家更加认识到此项工作的重要性。

**五、项目管理中存在问题及原因分析**

1、基层监管水平仍有待提升。监管力量相对不足，人员素质参差不齐，整体不强，特别是食品生产领域监管专业人才严重缺乏。2、食品企业主体责任落实不到位的问题仍然存在。主要表现在，有的企业管理层人员质量安全意识淡薄，对企业应尽的义务和承担的责任不清楚。

**六、进一步加强项目管理措施及建议**

下一步我们将在确保专项资金专款专用的基础上，不断加强食品监测和安全监管工作，进一步提高专项资金使用效益

**附件1.项目支出绩效自评表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **附件1.项目支出绩效自评表** | | | | | | | | |
| **一级指标** | **二级指标** | **目标指标** | **权重** | **目标值** | **业绩值** | **完成率** | **指标得分** | **偏差原因分析及改进措施** |
| 预算执行指标 | 预算执行指标 | 预算执行率 | 10 | 100% | 100.00% | 100.00% | 10 |  |
| 产出指标 | 数量指标 | 市场监管宣传活动开展数（次） | 11.25 | 5 | 5次 | 100.00% | 11.25 |  |
| 质量指标 | 市场监管覆盖率（%） | 11.25 | 95% | 95% | 100.00% | 11.25 |  |
| 时效指标 | 市场监管及时性 | 11.25 | 及时 | 100% | 100% | 11.25 |  |
| 成本指标 | 基层市场监管总成本（万元） | 11.25 | 7 | 7万元 | 100.00% | 11.25 |  |
| 效益指标 | 社会效益 | 为景区营造良好的营商环境和消费环境 | 11.25 | 提升 | 100% | 100% | 11.25 |  |
| 提升景区市场监管的整体管理能力和服务能力 | 11.25 | 明显提升 | 90% | 90% | 10.13 | 有待进一步提高 |
| 可持续影响指标 | 为景区的市场监管事业提供强大的实力支撑 | 11.25 | 明显 | 100% | 100% | 11.25 |  |
| 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 景区公众满意度（%） | 11.25 | 96% | 96% | 100.00% | 11.25 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**附件2.绩效自评相关资料**

|  |
| --- |
| **附件2.绩效自评相关资料** |
|  |