

县域政府购买农村公共文化服务绩效的空间差异

——以湖北省咸宁市咸安区为例

王家合 杨硕 杨德燕 姜庆志 柯新利¹

（华中农业大学 公共管理学院，中国湖北 武汉 430070）

【摘要】：基于购买主体、承接主体、服务对象三位一体理念和“投入—过程—产出—结果”逻辑框架，构建县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系，以湖北省咸宁市咸安区的9个乡镇为研究区，对政府购买农村公共文化服务绩效进行评估。结果显示：①政府购买农村公共文化服务整体绩效有待提升，受文化资源条件、地方经济基础、政府宏观措施等因素影响，区域内绩效水平差距显著，呈现“西高东低”的空间分布特征，中西部乡镇绩效水平普遍优于东南部乡镇。②政府购买农村公共文化服务薄弱环节主要体现在购买主体资金投入有限且保障机制不健全，服务监管力度以及信息公开程度不够；承接组织社会知晓度低且公信力不强，供给质量有限；作为服务对象的农村群众参与意识不强，满意度有待提升。基于研究结果提出提高购买绩效并关注弥合空间差异的政策建议。

【关键词】：政府购买服务 绩效评价 乡村振兴战略 公共服务均等化

【中图分类号】：G127 **【文献标志码】：**A **【文章编号】：**1000-8462（2021）01-0165-08

公共文化服务作为文化在公共服务领域的集中体现和重要组成部分，是人民满意的服务型政府应承担的重要职能之一，保障其充分、平衡发展对于满足人民群众日益增长的美好生活需要具有重要的时代价值。随着我国经济社会不断发展、人民生活水平持续提高，由政府主导的单一式公共文化服务供给模式难以满足人民群众日趋多样的精神文化需求^[1]。为此，我国党和政府在公共文化领域引入市场竞争机制，鼓励社会力量、社会资本参与，并出台了一系列政策文件加以推动。其中比较重要的有《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》《中华人民共和国公共文化服务保障法》等，强调政府向社会力量购买公共文化服务是创新公共文化服务供给方式、推动公共文化服务社会化发展的重要途径^[2]，对政府购买公共文化服务的购买主体、承接主体、购买内容、购买机制等做出了明确规定，从政策和法律层面保障了政府购买公共文化服务的合法性。

党的十九大报告提出实施“乡村振兴战略”，其中，乡村文化振兴是乡村振兴战略的重要组成部分和内在动力。进一步加强农村公共文化服务体系建设，对于乡风文明建设具有关键性推动作用。但当前我国农村公共文化服务体系建设中服务供给不足、内容单一、供需错位、供给效能低下等问题日益突出^[3-4]，如何提升农村公共文化服务的有效供给成为当前亟需解决的问题。在国家政策文件的引导下，伴随着乡村振兴战略的不断推进，政府购买作为服务供给的创新性方式，开始应用于农村公共文化服务体系建设中，逐渐成为农村公共文化服务补短板、强弱项、完善服务体系的重要方式^[5]，吸引地方政府的关注。由此，在实践过程中如何对购买农村公共文化服务绩效进行合理的评价，进而平衡其空间差异以保障政府购买农村公共文化服务的质量与效果成为当前研究政府购买公共服务的重要课题。

¹作者简介：王家合（1972-），男，安徽六安人，博士，教授，博士生导师，主要研究方向为公共服务与公共经济。

E-mail:wjiahe@hzau.edu.cn

杨德燕（1994-），女，湖北咸宁人，硕士，助教，主要研究方向为公共服务与公共经济。E-mail:hbsmdeyan@163.com

基金项目：国家社会科学基金项目（18BGL256）

目前,国外学术界主要从经济学角度对政府购买公共服务绩效评价进行研究,其中以服务购买的效率和有效性为重点,绩效评价贯穿购买全过程^[6-7],并提出竞争^[8]、公共服务性质^[9]及合同协议监督^[10]是影响政府购买公共服务绩效的关键因素。国内学者除了注重经济和效率指标之外,从公共服务的公共性、合法性、回应性等方面对政府购买公共服务绩效评价进行了更深层次的拓展,提出政府购买公共服务绩效应从效率和效果的维度来评价,强调构建一套系统的绩效评价指标体系,是进行政府购买公共服务绩效管理的关键和前提基础^[11-12]。具体到政府购买公共文化服务的绩效评价中,部分学者分别从投入、过程、产出、效果、满意度等方面构建了绩效评价指标体系^[13-15],并提出加大对公共文化服务社会化承接组织的培育力度、健全公共文化服务社会化管理机制和法律保障、强化对购买过程和服务结果的绩效监管对于提高政府购买公共文化服务效能具有重要作用^[16]。总体看来,国内外对于政府购买公共文化服务绩效评价的研究,侧重于影响因素的探究和指标体系的构建,较少从空间维度分析其内在特征。

后现代地理学家苏贾致力于重构空间正义秩序,期望以此消除当前社会建设中的区域不公正与环境不正义现象,重获平等和公正^[17]。在这种理论影响下,空间的思想和方法逐步运用于公共服务研究领域,分析特定区域内公共服务的空间差异并探讨实现公共服务均等化的可能路径。如王肖惠等分析了陕西省 11 个地市在农村基本公共服务设施均等化方面的空间差异^[18],杨帆等分析了新疆 15 个地州基本公共服务水平的空间差异^[19],史卫东等分析了山东省 17 个地市基本公共服务质量的空间格局特征^[20]。特定区域公共服务水平空间差异的形成有其自身的原因,如地理区位、自然条件、经济水平等,政府购买作为一种外生机制应该有效发挥弥合这种空间差异的作用,以实现公共服务均等化的目标。在此过程中,引入空间分析的思想和方法,科学评价政府购买公共服务绩效自身的空间差异具有基础性的认知和决策作用。基于此,本文构建县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系,并以湖北省公共文化服务体系示范区咸安区为例开展实证研究,探讨县域政府购买农村公共文化服务绩效的空间差异并提出优化建议,期望能为我国县域政府购买农村公共文化服务实践提供借鉴,进而为农村公共文化服务平衡发展和乡村振兴战略有效实施做出贡献。

1 研究方法

本研究在构建县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系的基础上,运用隶属度分析对指标体系进行筛选优化,利用主成分分析法对指标体系中的各指标进行赋权,应用综合指数法对咸安区 9 个乡镇的实证数据进行计算,分别计算出各乡镇基准层(二级指标)的绩效评价、准目标层(一级指标)的绩效评价以及目标层的综合绩效评价,并就其绩效水平和空间差异进行评价分析。

1.1 指标体系的构建与权重计算

1.1.1 指标体系的初步构建

在绩效评价中,指标体系的构建起着基础性、关键性作用^[21],可以直观地反映评价内容和目标。在县域政府购买农村公共文化服务过程中,文化行政管理部门作为购买主体,负责购买服务的资金投入和过程管理;文化社会组织作为承接主体,负责服务的执行和供给;农村群众作为服务对象,对服务进行反馈和评价。不同参与主体对县域政府购买农村公共文化服务的预期、需求和评价也有所不同。因此,在构建县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系时,需要综合考虑购买主体文化行政管理部门、承接主体文化社会组织和服务对象农村群众的不同意见,才能保证科学、客观和准确测量购买服务的绩效水平。

当前政府购买公共服务及公共文化服务绩效评价实践和相关研究成果注重对购买主体的参与度情况、承接主体服务供给成效以及服务对象满意度评估等方面开展绩效评价研究,并围绕项目计划、项目实施、过程管理、投入产出、服务效果、群众满意度等具体内容设计指标体系。本文借鉴理论研究和实践探索成果,结合购买主体、承接主体、服务对象三位一体分析维度^[22],按照“投入—过程—产出—结果”逻辑框架,遵循系统性、可行性、科学性指标设计原则、流程和方法^[23],初步构建了县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系,其中包含文化行政管理部门参与度、文化社会组织服务供给效度、农村群众满意

度 3 个一级指标，财政投入、项目计划、项目监控、信息公开、服务方案、服务实施、项目管理、服务效果、社会效益、满意度、公平性等 11 个二级指标以及 37 个三级指标。

1.1.2 指标的筛选与指标体系的优化

初步构建的指标体系在一定程度上具有较强的主观性，故采用专家咨询和隶属度分析方法对指标体系进行筛选和优化，以保障指标体系的有效性和研究质量。通过邮寄、面谈和电话咨询等方式邀请文化行政管理部门、文化社会组织、高校或科研机构等 45 名公共文化服务领域专家填写指标咨询表，对指标进行筛选。以回收的 40 份有效数据为基础对县域政府购买农村公共文化服务绩效指标体系进行隶属度分析。运用专家临界值计算方法（式 1），去除隶属度较低的指标。经过计算，得到样本均值 $\mu=35$ ，样本标准差 $S=2.46$ ，样本容量 $n=37$ ，显著性水平 $\alpha=0.01$ ， $t_{0.99}(n-1)=-2.434$ ，（参考 t 值表）。

$$M = \mu + \frac{S}{\sqrt{N}} t_{0.99}(n-1) = 34 \quad (1)$$

当 $M=34$ (M 表示专家人数) 时，指标 C_i 的隶属度为 0.85。故当某个指标体系的隶属度小于 0.85 时，在显著性水平 $\alpha=0.01$ 的条件下，我们认为指标 C_i 不再具有显著性。最终删除 7 个隶属度小于 0.85 的指标，得到由 3 个一级指标、11 个二级指标、30 个三级指标构成的县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系。

1.1.3 指标体系权重的计算

不同指标对整体绩效的作用程度也不同，因此需要对指标进行相应的赋权，明确各指标权重。本文运用主成分分析法进行指标赋权，通过指标间的相关关系来确定指标的权重^[24]。在确定县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系的基础上，通过邮件、电话、面谈等方式邀请了 35 位公共文化服务领域的专家按照“非常重要”赋 5 分、“重要”赋 4 分、“一般”赋 3 分、“不重要”赋 2 分、“非常不重要”赋 1 分的赋分规则进行评分。随后，运用统计软件 SPSS25 进行主成分分析。通过进一步运算得到成分得分系数矩阵，计算出各主成分方差贡献率，最后将各主成分与原始变量标准化数据之间的系数进一步整理。

1.2 综合指数法计算公式

通过实证调研获取有效问卷数据后，运用综合指数法公式计算政府购买农村公共文化服务绩效价值。具体步骤如下：

(1) 对基准层（二级指标）中各个子系统绩效评价价值 B_j 的计算公式为：

$$B_j = \sum_{i=1}^n W_{ij} C_{ij} \quad (2)$$

式中： B_j 为基准层（二级指标）中第 j 个子系统的绩效评价价值； n 为第 j 个子系统中的指标个数； W_{ij} 为第 j 个子系统的第 i 个指标的权重值； C_{ij} 为第 j 个子系统中的第 i 个指标的绩效评价价值。

(2) 对目标层（一级指标）中各个子系统绩效评价价值 A_j 的计算公式为：

$$A_j = \sum_{i=1}^n Y_{ij} B_{ij} \quad (3)$$

式中： A_j 为准目标层（一级指标）中第 j 个子系统的绩效评价价值； n 为第 j 个子系统中的指标个数； Y_{ij} 为第 j 个子系统的第 i 个指标的权重值； B_{ij} 为第 j 个子系统中的第 i 个指标的绩效评价价值。

(3) 对目标层综合绩效评价价值 Q 的计算公式为：

$$Q = \sum_{j=1}^n W_j A_j \quad (j = 1, \dots, n) \quad (4)$$

式中： Q 为政府购买农村公共文化服务综合绩效评价价值； W_j 为第 j 个子系统的权重； A_j 为第 j 个子系统的绩效评价价值； n 为准目标层（一级指标）中子系统的个数。

(4) 为方便比较政府购买农村公共文化服务绩效评价价值大小，将政府购买农村公共文化服务各指标层级的绩效评价价值进行归一化处理，将数据映射到 $(0, 1)$ 区间，其计算公式为：

$$F_i = \frac{f_i - f_{\min}}{f_{\max} - f_{\min}} \quad (5)$$

式中： f_i 为政府购买农村公共文化服务绩效评价价值； $f_{\min}$ 为政府购买农村公共文化服务绩效评价的最小值； $f_{\max}$ 为政府购买农村公共文化服务绩效评价的最大值。

2 研究区域和数据来源

湖北省咸宁市咸安区（ $114^{\circ} 06' E \sim 114^{\circ} 43' E$, $29^{\circ} 39' N \sim 30^{\circ} 02' N$ ）地处湖北省东南部，隶属于咸宁市，是市委、市政府所在地。区域总面积 1503.8 km^2 ，其中乡镇区域面积 1263.25 km^2 ，占总区域面积的 84%。咸安区作为湖北省内乡村面积广、农村人口多、城乡二元结构突出区域之一，当前全区正按照“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，贯彻落实乡村振兴战略行动计划，着力加强农村公共文化服务体系建设，加快推进美丽乡村建设。2018 年，咸安区以创建第三批省级公共文化服务体系示范区为契机，针对农村公共文化服务供给不足、内容单一、供需错位等问题，创新服务供给方式，探索咸安区农村公共文化服务政府购买供给模式，开展农村公共文化服务供给创新性实践，在湖北省内具有重要的示范典型性。因此，本文以咸安区为研究区域，以辖区内 9 个乡镇为研究单元，进行县域政府购买农村公共文化服务绩效评价及其空间分析，具有一定的可行性和代表性。

在以咸安区为对象的实证研究中，部分量化指标数据主要来源于咸安区统计局提供的《咸安区统计年鉴》（2018 年）以及辖区内各乡镇人民政府公布的 2018 年工作总结材料。而对于不可量化的指标数据，采取抽样访谈与问卷的形式，邀请各参与主体如咸安区文化和旅游局（以下简称区文旅局）及各乡镇政府人员、文化社会组织负责人、农村群众对各指标进行 5 级量表打分，最终得到有效问卷 585 份，其中针对区文旅局及各乡镇人民政府人员的有效问卷 72 份，针对文化社会组织、机构的有效问卷 117 份，针对农村群众的有效问卷 396 份。

3 咸安区政府购买农村公共文化服务绩效的空间差异分析

通过实证调研获取数据后,运用公式(2)~(4)进行计算得到各乡镇政府购买农村公共文化服务在基准层(二级指标)的绩效评价价值、准目标层(一级指标)的绩效评价价值以及目标层的综合绩效评价价值。为方便比较各乡镇政府购买农村公共文化服务绩效评价价值大小,运用公式(5)对绩效评价价值进行归一化处理,将处理后的绩效评价价值乘以100,最终得到各乡镇政府购买农村公共文化服务绩效评价价值百分制表。

在得到咸安区各乡镇政府购买农村公共文化服务各指标层级绩效评价价值之后,按照综合绩效评价价值相对大小划分为良好区、一般区和较差区三个等级。利用 ArcGIS10.2 绘制咸安区政府购买农村公共文化服务综合绩效评价价值空间分布图(图1)。

咸安区内各乡镇综合绩效水平有待提升,乡镇之间绩效差距明显。受文化资源条件、政府宏观措施、地方经济基础等因素影响,咸安区政府购买农村公共文化服务绩效呈“西高东低”的空间分布特征,辖区内中西部乡镇绩效水平普遍优于东南部乡镇。通过对各绩效评价等级区进行分析,总结发现政府购买农村公共文化服务绩效薄弱环节主要体现在购买主体文化行政管理部门在购买农村公共文化服务的资金投入、服务监管力度以及信息公开程度不够,承接主体文化社会组织数量专业性不足、供给水平有限,作为服务对象的农村群众参与意识不强,满意度有待提升。

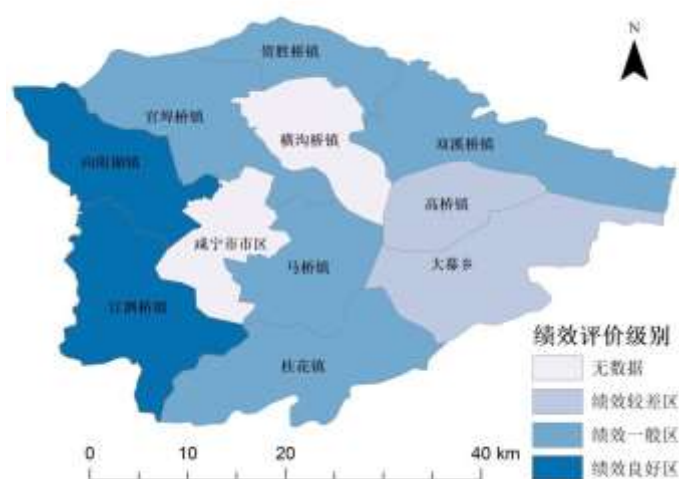


图1 咸安区政府购买农村公共文化服务综合绩效评价价值空间分布图

(1)绩效良好区有向阳湖镇和汀泗桥镇。作为咸安区内的文化名镇,区政府和镇政府较为重视对向阳湖镇的名人文化以及汀泗桥镇的红色革命文化进行宣传和建设,在政策支持、资金投入、服务管理等方面多有侧重。两镇位于咸宁市中心城区周围,经济基础条件也较好,镇政府自身有能力在文化建设中进行更多的资金投入,不用完全依赖区政府。两镇在政府购买农村公共文化服务项目计划、信息公开、财政投入、项目监控等指标的绩效评价值较其他乡镇高,在政府购买农村公共文化服务方面的成效得到了区文旅局以及乡镇官员较高的认可。但从服务对象及农村群众绩效评价来看,满意度和公平性指标的绩效评价值相对处于较低水平,这表明在政府购买农村公共文化服务过程中农村群众对其服务过程、服务结果以及资源分配的公平性等方面普遍认可度不高。当然,这种结果不排除农村群众的认知水平导致评估结果的差异,但就实际情况来看,更多的是因为政府购买农村公共文化服务的社会知晓度较低以及村民在公共文化服务需求方面的异质性和多样性^[26]。据笔者了解,当前向阳湖镇和汀泗桥镇所购买的农村公共文化服务内容主要是公共文艺演出、电影放映、文体(展览)活动等,内容较为单一重复、缺乏新意,两镇村民普遍认为购买的服务并不是自己喜欢的文化内容。随着经济社会的发展,农村群众生活水平的不断提高,以及互联网等网络科技的普及,村民获取文化信息的渠道较多,文化需求日趋多元,单一重复的文化内容已经无法满足其多样化文

化需求。同时，在询问农村群众享受服务和资源分配的公平性问题时，绝大部分村民表示虽然现在农村公共文化基础设施不断完善，文化活动也日趋频繁，但和城市相比，还存在一定差距。

(2)绩效一般区有贺胜桥镇、马桥镇、桂花镇、官埠桥镇、双溪桥镇。五镇横跨咸安区南北，呈“S”型分布，其突出特征在于经济实力较强，在区政府支持的同时有更多的经济能力投入到本镇公共文化服务建设中。正是因为有相对充裕的资金，这几个乡镇可以选择相对优质的文化社会组织来承接服务。但是从文化社会组织绩效评价来看，整体绩效评价不高，尤其是服务方案、服务实施、社会效益等指标绩效评价较低，表明其承接主体文化社会组织在服务方案的专业性、服务方案的可行性以及专业性人员的配备与使用、专业服务方法的运用方面有所欠缺，购买服务的社会公众总体知晓度、服务项目的可推广性等方面还存在一些问题。据笔者调研了解，承接服务的文化社会组织整体数量不足、专业化程度不高、人员流动性过大、组织管理不规范、社会认可度等问题在上述 5 个乡镇中表现较为突出，这也是我国公共文化服务市场化所面临的一个通病^[26]。具有一定规模能提供优质服务文化社会组织和机构不多，且费用较高，以乡镇自发组织的民间文艺团队占多数，服务人员专业水平不高，再加上薪资水平有限，服务人员的稳定性普遍较差。文化社会组织服务人员的专业化、稳定性不高，直接影响了公共文化机构和组织的服务能力、服务质量和效益。同时，文化社会组织内部的管理机制也不健全，如在资金使用的规范性方面，缺乏专门的财务管理人员，资金使用明细不清；在对人员管理的有效性方面，缺乏人员管理规章制度，人员涣散、纪律性差，内部沟通协调存在困难。虽然区域内承接服务的文化社会组织还存在许多问题，但在服务效果方面得到初步认可，至少服务目标已基本完成，服务数量也达到要求，该区域农村公共文化服务供给内容和方式得以丰富和改善。

(3)绩效较差区主要是位于咸安区东南部的高桥镇和大幕乡。两乡镇位于低山区，经济条件较其他乡镇差，缺乏可开发建设文化资源，区政府和乡镇政府对该地文化建设重视程度不够。政府购买农村公共文化服务整体绩效水平较差，在文化行政管理部门绩效评价和文化社会组织绩效评价中均得分较低，突出表现在财政投入保障、项目进度的把控以及项目信息公开等 3 个方面。首先，在财政投入方面，受地区经济发展水平以及政府官员在公共文化方面投入动力不足等因素影响，区级财政拨款在公共文化方面资金投入有限，缺乏充足的财政支持。当前各地农村公共文化服务购买资金主要来源于上级划拨的专项业务资金，但由于基层缺乏有效的专项资金管理制度，或是资金挪用至其他建设项目中，导致部分农村公共文化服务购买资金不能及时实施到位。政府购买农村公共文化服务缺乏稳定的资金支持，严重制约了政府购买服务的有效运作。其次，在对项目进度的把控层面，区文旅局和乡镇政府作为主要监管部门，因为人员精力有限且两镇地理位置偏远，在购买农村公共文化服务项目过程中没有深入到具体操作环节，对于文化社会组织提供的服务没有进行严格的核查，没有严格履行对承接方的监督落实、规范责任。缺乏全面深入的监管，容易出现文化社会组织在供给过程中松懈怠慢、敷衍了事等问题，导致服务效率和质量的低下^[27]。最后，两镇在购买信息的公开上存在信息发布滞后、内容不全，针对性不强、影响度低等问题。随着通信技术的快速发展，互联网对公共文化服务的发展产生了重要影响，成为当前文化信息传播的核心载体。但很多农村地区由于地理空间的分割，距离城市较远，网络服务配套设施落后，信息较为闭塞，处于信息不对称的境地。村民所掌握的文化信息十分有限，信息贫乏导致村民难以有效地参与到文化活动中来。

4 结论与建议

4.1 研究结论

本文充分考虑购买主体、承接主体以及服务对象等利益相关群体的现实状况，构建了三位一体的县域政府购买农村公共文化服务绩效评价指标体系，并以湖北省公共文化服务示范区——咸安区为例，实证分析政府购买农村公共文化服务的绩效水平及其空间差异。结果显示：(1)政府购买农村公共文化服务整体绩效有待提升，受文化资源条件、地方经济基础、政府宏观措施等因素影响，区域内绩效水平差距显著，呈现“西高东低”的空间分布特征，中西部乡镇绩效水平普遍优于东南部乡镇。(2)政府购买农村公共文化服务薄弱环节主要体现在购买主体资金投入有限且保障机制不健全、服务监管力度以及信息公开程度不够；承接组织社会知晓度低且公信力不强，供给质量有限；服务对象农村群众参与意识不强、满意度有待提升。

4.2 政策建议

县域政府购买农村公共文化服务的绩效直接关系到服务供给的质量、政府职能的发挥以及农村群众对政府工作的满意度和信任，因此，提高购买绩效并关注弥合空间差异成为当务之急。基于上述研究结果本文提出如下建议：

(1)因地制宜采取政策措施以弥合空间差异，促进区域均衡化发展。第一，对于绩效良好的地区，进一步发挥其文化资源和经济优势，最大程度上满足区域群众的文化服务需求，缩小城乡之间的发展差距，促进城乡公共服务均等化发展。第二，对于绩效一般区，增进与绩效良好区域的合作，实现区域之间文化资源的共享和流动，发挥其经济强镇的优势，在加强专业指导、提高区域文化社会组织服务能力上下功夫，使区域文化与经济发展齐头并进。第三，对于绩效较差区，强化对政府购买农村公共文化服务的政策扶持，从顶层设计方面倒逼政府官员提高对该区域文化发展的重视程度和监管力度，加大资金投入对其基础设施进行完善。加快新型工业化进程作为乡镇经济发展的重点，推动区域经济迅速崛起。发挥该区域的农产品资源优势，积极招引农产品加工产业，实现资源优势的转化，加强乡镇经济发展活力。

(2)不断完善购买过程中的薄弱环节以提升县域政府购买农村公共文化服务整体绩效。第一，拓宽资金来源渠道，建立基层专项资金管理制度，引入第三方评估机制以加强服务监管。县域政府部门应当提高对公共文化服务发展的重视程度和投入力度，多渠道筹集资金并完善资金管理机制以保障资金落到实处；引入第三方评估机制，以强化对购买服务过程、购买主体和承接主体的监管。第二，注重对文化社会组织的政策扶持和专业培育。县域政府应出台相应的扶持和优惠政策，吸引更多的社会力量投身文化事业，以增加文化社会组织数量，扩大其规模；县域文化行政管理部门加强对文化社会组织从业人员的专业化培训和职业教育，以提升组织专业化水平和服务质量，制定文化社会组织管理机制，不断增强社会组织的自我管理能力，提高文化社会组织公信力和认可度。第三，强化信息公开，激发公众参与意识，完善以需求为导向的服务供给机制，提高群众满意度。强化信息公开，提高政府购买农村公共文化服务知晓度，逐步激发公众参与意识，加快建立群众文化需求表达机制引导农村群众积极主动表达文化需求，进而有针对性地进行服务购买供给。

参考文献：

[1]庆海涛. 公共文化服务供给侧改革方向与路径研究[J]. 图书馆, 2018(8):22-26, 79.

[2]关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见[N]. 中国文化报, 2015-05-12(1).

[3]李兵园, 唐鸣. 村民参与公共文化服务供给: 角色、空间与路径[J]. 社会科学家, 2016(5):39-43.

[4]陈庚, 崔宛. 社会力量参与公共文化服务的实践、困境及因应策略[J]. 学习与实践, 2017(11):133-140.

[5]李国新. 完善农村公共文化服务政府购买政策与机制[J]. 行政管理改革, 2019(5):24-26.

[6]Brown T L, Potoski M. Contract-management capacity in municipal and county governments[J]. Public Administration Review, 2003, 63(2):153-164.

[7]Brooke J, Smiths M. Contracting for public services: our-based aid and its applications[M]. Washington, DC: International Finance Corporation, 2001.

[8]Savas E S. Privatization And Public-Private Partnerships[M]. The United States: CQ Press, 1999:144-145.

-
- [9] Germà Bel, Fageda X, Warner M E. Is private production of public services cheaper than public production? A meta-regression analysis of solid waste and water services[J]. Irea Working Papers, 2010, 29(3):553-577.
- [10] Lotte Bøgh Andersen, Blegvad M. Does ownership matter for the delivery of professionalized public services? Cost-efficiency and effectiveness in private and public dental care for children in Denmark[J]. Public Administration, 2010, 84(1):147-164.
- [11] 刘素仙. 政府购买公共服务绩效评价的价值维度与关键要素[J]. 经济问题, 2017(1):17-20.
- [12] 徐家良, 许源. 合法性理论下政府购买社会组织服务的绩效评估研究[J]. 经济社会体制比较, 2015(6):187-195.
- [13] 傅利平, 何勇军, 李军辉. 政府公共文化服务绩效评价研究[J]. 中国财政, 2013(7):62-64.
- [14] 崔萌. 政府购买公共文化服务绩效研究——基于大连市的调查分析[D]. 大连: 东北财经大学, 2017.
- [15] 王振. 政府购买公共文化服务的绩效评价研究[D]. 杭州: 浙江大学, 2014.
- [16] 陆和建, 李杨. 基于 SWOT-PEST 分析的基层公共文化服务社会化管理发展策略研究[J]. 图书情报知识, 2016(4):119-128.
- [17] 程广丽. 空间正义理论的重构——爱德华·苏贾的社会空间批判理论解读[J]. 云梦学刊, 2018(5):118-124.
- [18] 王肖惠, 杨海娟, 王龙升. 陕西省农村基本公共服务设施均等化空间差异分析[J]. 地域研究与开发, 2013, 32(1):152-157.
- [19] 杨帆, 杨德刚. 基本公共服务水平的测度及差异分析——以新疆为例[J]. 干旱区资源与环境, 2014, 28(5):37-42.
- [20] 史卫东, 赵林. 山东省基本公共服务质量测度及空间格局特征[J]. 经济地理, 2015, 35(6):32-37.
- [21] 罗能生, 郭更臣, 谢里. 我国区域文化软实力评价研究[J]. 经济地理, 2010, 30(9):1502-1506.
- [22] 王浦劬, 莱斯特·M·萨拉蒙. 政府向社会组织购买公共服务研究——中国与全球经验分析[M]. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [23] 杨立国, 刘沛林. 传统村落文化传承度评价体系及实证研究——以湖南省首批中国传统村落为例[J]. 经济地理, 2017, 37(12):203-210.
- [24] 马仁锋, 王腾飞, 张文忠, 等. 文化创意产业区位模型与浙江实证[J]. 地理研究, 2018, 37(2):379-390.
- [25] 李锋. 农村公共文化产品供给侧改革与效能提升[J]. 农村经济, 2018(9):100-105.
- [26] 靳亮, 纪广斌. 公共文化服务市场化背景下政府如何扮演“精明的买主”角色[J]. 理论与改革, 2017(6):173-180.
- [27] 宋元武, 徐双敏. 国外农村公共文化服务供给实践与经验借鉴[J]. 学习与实践, 2016(11):115-122.