

电力营销稽查与电力营销风险管理

刘思桐 李 响

国网天津静海供电有限公司 天津 301600

摘要: 供电企业进行营销的过程中存在各种风险,需要采取及时有效的手段来解决这些风险,来保证公司的效益,而营销稽查无疑是提升电力部门营销风险管理的有力手段。本文分析了电力营销风险管理概念,阐述了营销稽查对风险管理的重要性,介绍了营销风险管理的常态稽查方法。

关键词: 电力营销; 电力营销稽查; 风险管理

1 电力营销风险管理概念

电力营销风险管理是指对电力运营过程中可能出现的风险进行识别、评估、控制和监控,以降低电力运营风险、提高运营效率、保障人民生命财产安全的一种管理方法。电力营销风险管理的核心是对电力运营过程中存在的各种风险进行全面、系统地识别和评估。通过识别和评估,可以了解各种风险的分布、大小、发生概率及可能带来的影响,从而为后续的风险控制和监控提供基础数据。在电力营销风险管理中,风险识别是第一步。通过对电力运营过程进行全面、系统的分析和研究,可以发现可能存在的风险源和风险因素。风险评估是对已识别的风险进行定量和定性分析,确定风险的大小、发生概率及可能带来的损失。风险控制是在风险评估的基础上,采取相应的措施和方法,对风险进行控制和降低。风险监控是对已控制的风险进行持续监测和观察,及时发现和处理新的风险^[1]。电力营销风险管理还包括对电力运营过程中的安全、质量、成本、市场及政策等风险的管理。这些风险相互关联、相互影响,因此需要综合考虑多种因素,采取综合性的管理措施。

2 电力营销风险管理的内容

2.1 电力营销的风险识别

电力营销风险识别是风险管理的基础,是对电力营销过程中可能出现的风险进行全面、系统的分析和研究。电力营销风险识别的范围广泛,包括电能供需不平衡、电价设置不合理、电费回收困难、客户投诉及法律纠纷等。电能供需不平衡是电力营销中一个重要的风险因素。电力市场的供需平衡一旦失衡,可能会对电网的安全稳定运行和电能质量产生不利影响,严重时甚至可能导致大面积停电事故。为了降低这种风险,电力企业需要加强调度和优化资源配置,提高电力市场预测的准确性和预警能力,及时采取应对措施。电价设置不合理也是电力营销中一个重要的风险因素。电价设置过高或

过低都可能对企业的收益和客户满意度产生不利影响。电价设置过高,可能会增加客户的用电负担,引起客户不满和投诉;电价设置过低,可能会导致企业收益无法覆盖成本,影响企业的经营和发展。电力企业需要根据市场情况和成本因素合理设置电价,提高客户满意度和企业收益。电费回收困难也是电力营销中一个常见的风险因素。如果电费回收困难,可能会造成企业资金流动不畅,影响企业的经营和发展^[2]。为了降低这种风险,电力企业需要采取多种方式加强电费回收管理,例如建立完善的电费回收机制、加强与客户的沟通和协调、实施预付电费制度等。客户投诉和法律纠纷也是电力营销中常见的风险因素。如果客户对电力企业的服务不满意或者认为企业存在违规行为,可能会向企业投诉或者寻求法律救济。为了降低这种风险,电力企业需要加强客户服务质量和法律意识,规范营销行为,避免或减少投诉和纠纷的发生。例如建立完善的客户服务体系、加强员工培训和教育、严格遵守相关法律法规等。

2.2 电力营销的风险处理

第一,建立完善的风险管理制度:电力企业需要建立完善的风险管理制度,明确电力营销风险管理的基本原则、组织架构、责任分工、工作流程等方面的内容,为风险管理工作提供指导和依据。同时,要不断完善风险管理制度,及时发现和解决制度中存在的问题和不足,提高风险管理制度的科学性和有效性。第二,加强风险识别和评估:电力营销风险识别和评估是电力营销风险管理的基础,电力企业需要加强风险识别和评估工作,及时发现和识别电力营销过程中出现的风险。同时,要建立完善的风险评估体系,对已识别的风险进行定量和定性分析,确定风险的大小、发生概率及可能带来的损失,为后续的风险控制和监控提供基础数据。第三,采取相应的控制措施:针对电力营销过程中出现的不同风险,电力企业需要采取相应的控制措施。例如,

对于电能供需不平衡的问题，可以通过加强调度和优化资源配置等方式来平衡供需关系；对于电价设置不合理的问题，可以根据市场情况和成本因素合理设置电价；对于电费回收困难的问题，可以采取多种方式加强电费回收管理；对于客户投诉和法律纠纷等问题，可以加强客户服务质量和法律意识，规范营销行为，避免或减少投诉和纠纷的发生。第四，加强风险监控和监督：在采取相应的控制措施后，电力企业还需要加强风险监控和监督工作，及时发现和处理新的风险。通过建立完善的风险监控机制，可以及时发现和处理风险因素的变化和异常情况，避免或减少风险的发生和影响。同时，要加强内部审计和外部监督工作，对电力营销过程进行全面、系统的检查和评估，发现问题及时进行处理和整改^[1]。

2.3 电力营销的风险估测

关于电力营销风险估测的内容。电力营销风险估测需要基于风险识别和评估的结果，对已识别的风险进行定量和定性分析。定量分析主要是通过建立数学模型，运用历史数据和相关指标，对风险发生的概率和可能带来的损失进行预测。定性分析主要是通过专家判断、案例分析、行业比较等方式，对风险的发生概率和可能带来的损失进行评估。在电力营销风险估测中，需要考虑以下因素：（1）市场规模和竞争情况：电力市场的规模和竞争情况是影响电力营销风险的重要因素。如果市场规模较大、竞争激烈，那么电力营销的风险就相对较高。（2）客户需求和满意度：客户需求和满意度是电力营销成功的关键因素之一。如果客户需求得不到满足、满意度低，那么电力营销的风险就相对较高。（3）价格波动和电费回收：电价波动和电费回收是电力营销中的重要因素。如果电价波动大、电费回收困难，那么电力营销的风险就相对较高。（4）法律法规和监管政策：法律法规和监管政策是影响电力营销风险的重要因素之一。如果法律法规和监管政策发生变化或调整，那么电力营销的风险就可能会发生变化。（5）技术创新和市场变化：随着科技的不断进步和市场变化，电力营销中的风险也会发生变化。

3 营销稽查对风险管理的重要性

营销稽查是指对电力营销过程进行全面、系统的检查和监督，旨在发现和纠正电力营销中的问题和风险。营销稽查对风险管理的重要性主要体现在以下几个方面：

3.1 发现和纠正风险源

营销稽查通过对电力营销过程的全面检查和监督，可以发现和纠正电力营销中的问题和风险源^[4]。这些问题和风险源可能包括电费回收困难、客户投诉、违规操作

等，通过营销稽查可以及时采取措施加以解决。

3.2 降低风险管理成本

营销稽查通过对电力营销过程的检查和监督，可以及时发现和纠正问题，避免或减少风险的发生和影响。与风险发生后的处理相比，营销稽查的成本相对较低，可以有效降低风险管理成本。

3.3 提高电力营销效率

营销稽查通过对电力营销过程的检查和监督，可以发现和纠正电力营销中的低效环节和问题，提高电力营销的效率。同时，通过营销稽查也可以提高电力企业的服务质量和社会形象，增强企业的市场竞争力。

3.4 防止腐败和不正当行为

营销稽查通过对电力营销过程进行全面、系统的检查和监督，可以防止腐败和不正当行为的发生。例如，通过营销稽查可以发现和纠正电力营销中的虚假报装、违规用电等问题，保障电力市场的公平和公正。

4 强化营销稽查降低电力营销风险的策略

4.1 正确认识到营销稽查的职责

强化营销稽查降低电力营销风险的策略是：（1）建立完善的营销稽查制度：电力企业应该建立完善的营销稽查制度，明确营销稽查的职责、工作流程、考核标准等方面的内容，为营销稽查工作提供指导和依据^[1]。

（2）加强营销稽查队伍建设：电力企业应该加强营销稽查队伍建设，提高稽查人员的业务素质 and 综合能力，保证稽查工作的质量和效果。（3）强化营销稽查的监督职能：电力企业应该强化营销稽查的监督职能，加强对电力营销过程全面、系统的检查和监督，及时发现和纠正问题，避免或减少风险的发生和影响。（4）建立风险预警机制：电力企业应该建立风险预警机制，通过对电力营销过程进行全面、系统的监测和分析，及时发现和预测风险，采取相应的控制措施加以解决。（5）加强信息共享和协同配合：电力企业应该加强信息共享和协同配合，建立完善的信息沟通和协作机制，及时发现和解决电力营销中的问题，降低电力营销风险。（6）正确认识到营销稽查的职责是：对电力营销过程进行全面、系统的检查和监督。发现和纠正电力营销中的问题。防止腐败和不正当行为的发生。为电力企业的风险管理提供支持和保障^[2]。

4.2 建立有效的内部监督管理控制体制

建立有效的内部监督管理控制体制需要从以下几个方面入手：（1）完善组织架构和职责分工：电力企业应该建立完善的组织架构和职责分工，明确各部门和岗位的职责和权限，确保各项工作有人负责、有章可循、有

据可查。(2)强化内部审计和监督:电力企业应该建立完善的内部审计和监督制度,对电力营销过程进行全面、系统的检查和监督,及时发现和纠正问题,防止腐败和不正当行为的发生。(3)建立风险管理机制:电力企业应该建立完善的风险管理机制,及时发现和预测风险,采取相应的控制措施加以解决,降低电力营销风险对企业的影响。(4)加强信息管理和沟通:电力企业应该加强信息管理和沟通,建立完善的信息系统和沟通机制,确保信息的准确性和及时性,提高工作效率和决策水平。(5)建立奖惩机制:电力企业应该建立完善的奖惩机制,对工作中表现优秀的员工给予奖励和激励,对工作中出现问题的员工进行惩罚和教育,促进员工积极性和责任感的提高。

4.3 建立完善的电力营销现场稽查系统

建立完善的电力营销现场稽查系统需要从以下几个方面入手:第一,制定详细的稽查计划和标准:电力企业应该根据自身实际情况,制定详细的电力营销现场稽查计划和标准,明确稽查的内容、方法、时间等方面的要求,为稽查工作提供指导和依据。第二,加强稽查队伍建设:电力企业应该加强稽查队伍建设,提高稽查人员的业务素质和综合能力,保证稽查工作的质量和效果。第三,建立信息化稽查系统:电力企业应该建立信息化稽查系统,利用信息化手段对电力营销现场进行全面、系统的监测和分析,提高稽查工作的效率和准确性。第四,加强现场稽查管理:电力企业应该加强现场稽查管理,确保稽查人员按照计划和标准进行工作,及时发现和纠正问题,防止腐败和不正当行为的发生。第五,建立问题整改和反馈机制:电力企业应该建立问题整改和反馈机制,对稽查中发现的问题及时采取措施加以解决,同时将问题反馈给相关人员,促进问题的整改和防止再次发生。

4.4 明确电力营销稽查的工作重点

明确电力营销稽查的工作重点,电力营销稽查制度的完善:电力企业应该建立完善的电力营销稽查制度,明确稽查的职责、工作流程、考核标准等方面的内容,

为稽查工作提供指导和依据。同时,应该根据实际情况及时修订和完善稽查制度,确保稽查工作的有效性和适用性^[3]。电力营销稽查队伍的建设:电力企业应该加强电力营销稽查队伍的建设,提高稽查人员的业务素质和综合能力,保证稽查工作的质量和效果。同时,应该加强对稽查人员的培训和管理,提高稽查人员的专业素养和责任心。电力营销过程的全覆盖:电力企业应该对电力营销过程进行全面、系统的覆盖,确保每个环节和方面都得到有效的管理和监督。同时,应该针对重点领域和关键环节,加强稽查力度和频次,确保电力营销过程中的合规性和规范性。电力营销稽查的信息化:电力企业应该借助信息化手段,建立电力营销稽查信息系统,实现对电力营销过程的全面、系统的监测和分析,提高稽查工作的效率和准确性。同时,应该加强对信息化系统的管理和维护,确保系统的安全性和稳定性^[4]。电力营销问题的整改和反馈:电力企业应该建立完善的电力营销问题整改和反馈机制,对稽查中发现的问题及时采取措施加以解决,同时将问题反馈给相关人员,促进问题的整改和防止再次发生。同时,应该加强对问题整改的跟踪和监督,确保问题的彻底解决。

结束语

营销稽查工作对于电力营销风险,在管理方面是一个非常主要途径,在进行营销稽查过程当中,对于风险管理一定要充分认识它的作用,并且深入研究探讨稽查工作,在整个营销管理当中所处的重要措施,同时,对于电力企业,有关部门和人员要着重关注工作。

参考文献

- [1]欧向明.电力营销稽查管理中存在的问题及处理措施探讨[J].科技风,2020(26):141-142.
- [2]杨民.浅谈营销稽查在电力营销管理中的运用[J].产业科技创新,2020,2(16):97-98.
- [3]姜伟.浅谈电力营销稽查机制的管理措施[J].中国新技术新产品,2019(6):143-144.
- [4]胡建幸.分析营销稽查对降低电力营销风险的作用[J].决策探索(中),2019(11):51-52.