

供电企业电力营销风险及管控探讨

王文倩¹ 朱颖²

1. 扬州三新供电服务有限公司瓜洲供电所 江苏 扬州 225100

2. 扬州三新供电服务有限公司头桥供电所 江苏 扬州 225109

摘要:随着我国国民经济的蓬勃发展,人民的用电量日益提高,电力经营事业将面对着全新的考验。同时,在电力公司的不断成长背景下,电力营销工作的重要性在逐步提高,使电力营销工作面临一定的挑战,如若不能做好对电力公司的市场风险控制的话,将对电力公司的经营产生很大的冲击。本文将针对供电公司电力业务所面临的问题展开研究,同时给出具体的处理措施。

关键词:供电企业;电力营销;风险;管控

引言

电力企业在社会经济建设和提高民众生活质量中起到了十分关键的角色,但电力产业的成长历程中受电网经营的限制面临着许多不稳定的因素,比如:电网营销,市场营销风险等,阻碍着电力行业不断稳定成长的步伐。而电力公司如果想要对实现良好的经济发展中充分发挥对企业的促进作用,就必须认真地对电网经营风险问题进行了分类,并针对可能出现的经营风险问题需要企业适时采取措施,以此确保电网市场营销建设能够顺利完成,为电力公司继续健康发展奠定了牢固的基石。

1 供电企业电力营销

1.1 供电企业电力营销目的

电力企业在社会经济发展和提高民众生活质量中起到了十分关键的角色,但电力企业在发展过程中受电网经营的环境影响而面临着许多不确定的因素,比如:电网营销方式,影响投资风险等,直接影响着电力企业不断稳定发展的进程。而当电力公司想要对实现良好的经济发展中充分发挥自己的促进作用,就必须认真地对电力营销风险做好分析,这里也包括了几个部分的小目标,比如最大限度拓展市场所涉及的区域、怎样维护好企业形象、怎样让服务对象更接近于社会需要等。

1.2 供电企业电力营销特征

供电公司电力业务的特点,经过研究可以确定三项主要目标,分别是更多的连贯性、更多的紧密度、更多的服务性。(1)更高的衔接性。供电企业电力销售中,其所需要的重点商品便是电力资源,而电力资源又不仅仅由企业生产,同时还要通过工厂进行出口,基于此点研究,其整个流程便是当客户提出需求时,首先由电力销售部门向工厂提出需求,然后再由工厂生产资源的出口。由此可见供电公司电力营销的连贯性非常好。(2)很

高的紧密度。根据能量本身的特性,它属于那种不能大量积蓄的能量,而由于这样的特点,也就是的电能销售与利用需要在关系比较紧密的市场范围内展开,这样也保证了电力公司和消费者间的联系密切。(3)更高的服务性。在不断的改革下,供电市场开始打破了单一的运营方式,转化为进入竞争市场竞争的运营方式,基于此电力公司也需要大量的技术应用,为企业增加利润,但又怎样获取更多的技术应用,此点将决定于服务性方面^[1]。对于服务性较好的企业,就会获得更多用户的认可,进而会创造更多的利润,所以现代的供电公司和服务客户的角度非常关注,同时也增强了供电营销的服务性。

2 供电企业电力营销风险分析

2.1 市场风险

电力企业的具体经营风险,大致包括了电力风险、家庭用电经营风险、电力风险三方面,但相较来讲电力的风险就比较突出了。①电力的投资风险。主要体现在对电力征收的标准和政策是否统一;②电量问题,主要指的是电量使用的平衡问题上;③电量问题。则主要指的是不使用电量的平衡问题上,而电量的实际问题相对来说也比较复杂,主要包含在以下几方面:电费的会计核算风险,主要是在用电公司开展电费会计核算工作的过程中,并不能严格根据国家有关电费政策规定的标准来进行调节电费,从而导致会计核算结果与规定中的存在着一定的差异,很多用户都以此为由抗拒对电力公司进行电费支付;抄表风险,主要反映在抄表人员的工作上,以及工作中发生的抄表失误,而用户则把实际耗电量和抄表用电量的不相符情况,视为拒绝收取电费的最主要理由;故意拖欠电费的风险,主要指的是一些用电的大客户,由于资金周转的限制,如,在资金不开的情况下不支付电力费,以及部分大客户以改制、倒闭等形

式进行偷电和盗电活动,对用电公司的正常用电经营带来了很大的损失。经过上述有关情况分析的研究,总的来说大致包括这样几个方面。比如,在某市用电公司对消费者用电支付的流程中,该市某公司耗电量很大,每个月将发生巨大的电费,而随着该公司的破产,将导致巨大的电费无法归还,给本市的用电公司带来巨大的损失。

2.2 服务风险

供电公司要想起实现长期发展必须要提高公司的服务水平。但因为电力产品具有着特点,所以在售后服务中也面临较大的风险。售后服务风险主要包含了产品质量风险、售后服务安全风险和售后服务标准化风险^[2]。服务问题主要说的是供电公司能不能够通过根据供电公司反映的情况采取相应的方法加以解决。服务标准问题说的是供电公司针对自己的实际状况提出了自己的服务标准,这些服务标准能够有效促使服务质量的提高。但实际的执行中,工作人员却不能够按照服务规范规定对用电顾客进行咨询服务,造成服务水平没有很高水平,这样也会产生相应的服务质量规范风险。服务安全风险,也即供电公司在与供电用户签订协议之后,在向供电客户使用电能的过程中给客户的安全保护。虽然随着社会主义市场经济的发展,中国人民的供电要求也越来越增多,对服务质量的需求也越来越加大,可是由于供电公司在服务过程中所提出的服务质量并不可以符合顾客的实际需求,这样就会形成不少风险,需要供电公司的注意。

2.3 政策和法律意识风险

在我国的社会现代化进程中,北京市电力有限公司已成为不可或缺的国有企业,在我国推动社会现代化的进程中起到了相当重要的作用。国家对电力公司单位的供电政策、用电价格、基础设施搭建等各个方面都进行了导向性规范,起到了决定性影响。但是在当前,因为对供电企业单位的相关立法、规定并不完善,再加上企业自身对法律意识的淡漠、以及社会上对有关规定的了解还不够,最后使得供电企业单位的供电经营状况整体上处在比较不良的环境当中。

3 供电企业电力营销风险管控措施

3.1 电费风险的控制

应构建电力风险评价和管理制度来减少电力经营风险。这就需要各大电力公司都应该在供电运营阶段拥有良好的控制力,并确定好管理水平,同时保证了网络系统的完整性,从而尽可能地为风险评估与管理工作提供更准确的数据。另外,还需要管理者技术必须达到了一定的水平,并且还必须保证了业务量。而如果掌握了

上述几点,那么电费风险也就可以被牢牢控制在最小的范围。而目前,比较合理的方案是把互联网大数据分析技术与风险管理集成在一起,并以此提供完整的技术手段、数据管理基础。而落实到更具体的实现方法,还有以下两点:①建立风险评估和控制管理体系;②对手机上的重要数据,在风险评估和控制管理体系下进行原始数据筛选,并针对重要数据进行实际部署^[3]。

3.2 加强电力营销稽查工作的执行力

凡是工作的开展都需要执行力来约束,正所谓“没有规矩不能成方圆”,电力营销风险评估工作的监督力度所需力量巨大,要做到电费预估算、电价控制和营销稽查三方面的科学结合不容易,通过开展电力营销风险的稽查工作,能将一些可预见的风险防患于未然,有利于供电企业的可持续发展。在实际稽查过程中,要切实做到对用户的用电情况做到详尽的记录和排查,以便有据可依及时规避偷电行为的发生,使供电企业的经济效益得到最大化。

3.3 打造专业的电力营销团队

在整个供电业务流程中,从抄核到电量的管理再到供电业务都离不开专门负责的销售工作人员的帮助。电力公司应该注重电力市场营销人才队伍的建立和培训,应该积极培训企业中的技术人员,使他们在增强自己技术能力的同时,进行营销实践训练,使他们逐渐适应社会主义市场经济,熟悉市场营销技能,增强自身的综合素质,让员工一方面可以通过专业知识给顾客提供到位的售后服务,一方面又要具有较强的经营素养,可以对市场趋势、国家政策等进行敏锐的预知与反应,适时制定经营风险控制措施,抵制经营风险的发生。

3.4 完善营销管理信息系统

首先需要完成网络系统建设的相关程序,完成自助信息汇总、网上传输、存储等服务,从而实现了电力运营管理全过程的信息电算化和网络化。如此一来,不但可以减少许多无谓的时间,而且可以在较大程度上防止数据在传抄过程中发生错误。其次,要完成电力行业内各分公司信息系统的互联,确保电力行业经营管理工作的统一与规范化,完善公司对各个分公司的监督管理。此外应重视电力公司网络系统的安全,及时查缺补漏,防止由于信息出错及个人信息泄露给电力公司造成的经济损失。

3.5 提高营销服务质量

通过建立客户信息库,进行客户数据采集以及整理等有关工作。使用分布式数据库环境,可以充分发挥网络的功能,做到数据信息资源共享,并作为公司进行风

险管理决策依据。在具体实施方面,下属企业还必须适时进行风险管理信息系统整合和上传,向总部公司提交风险管理数据资料,以便于在数据资料变更后,其也能够自动更新,加强公司风险管理。

3.6 加强市场风险控制

鉴于市场经济和市场规律之间的巨大波动性,电力公司需要构建电费风险评价系统,以完善管理系统的建设,降低电力经营风险,系统的建设要求电源管理公司注重在电力经营流程中的控制力,在执行管理方面确保有关内容的顺畅执行,并尽量的降低经营风险,做好相关风险评价,并注重对电力经营风险的有效监控,通过系统建设将经营风险控制在一定的范围内,通过有效监测市场经济发展规律,就可以真正的把电费经营风险控制在最小化程度^[5]。目前,随着网络信息的高速发展,新能源行业发展应结合互联网大数据,全面落实互联网服务标准,将互联网和市场风险管理有效结合,目的在于建立良好的网络业务支撑,对关键业务数据加以有效合理控制,并落实具体措施,可以更有效的避免经营失败。如在电力企业的市场风险管理流程中,就应形成市场风险分析与有效控制的制度,积极做好风险评估并把损失管控到一定程度内,其次,要在风险评估流程中,注意数据的合理管控,做好关键数据的合理筛选,在合理的掌控与利用流程中做出合理的决策,才能切实把损失管控到最小化。

3.7 提高电力营销人员综合素质

电力市场营销员工的整体素质在极大程度上决定着一家公司对经营风险的处理能力,因此公司需要经过一定的管理训练,以提升公司员工的综合素养,让员工可以利用最先进的风险管理技能合理地适应市场的变化,并管理好与顾客之间的合作关系,以确保电力市场营销工作合法、合理、安全、稳健地开展。公司要提高管理人员的风险意识,使管理人员改变工作理念,能够积极剖析电力经营流程中可能存在的经营风险和风险形成的因素,根据自身的实际状况和管理工作经验,采取相应的处理对策。

3.8 强化法律法规约束

宏观层面,政府部门也要做好相应的指导,以促使

电力公司做好相应法律法规知识的培训,并通过法律法规知识,切实使用法律手段维护自身的企业利益,使用法律手段维护自身的合法利益,也只有在法律保障的情况下,政府才能更有效的进行相关电力市场行为,利用法律手段维护自己合法权益才能避免危险,达到自己收益的最大化。中小企业应持续的掌握电网有关法律法规信息,广泛掌握法律法规规范信息,并将法律实践应用于实际中,能够真正的维护好电力企业合法权益^[1]。

3.9 构建完善的能源营销体系

在能源交易过程中,公司需要确保有关管理人员都具有较高的专业知识素养和管理专业能力。只有这样,才能发现能源供应企业的市场风险,从而建立完善的管控措施,全面杜绝各种风险的出现。第一,企业需要完善营销体系,确保自己做好自己的工作,明确个人的职责和工作;二是定期开展能源营销培训活动,做好“线上线下”双向培训,全面提升营销人员的职业素质和业务技能,更好地完成能源营销工作,实现风险管控。

结语

综上所述,将电力销售作为电力公司的一个核心服务,其意义与风险性已不言而喻。供电公司中负责电力市场营销的人员务必要充分发挥主观能动性,通过采取宣传稽查等措施积极地预防市场、服务质量问题以及电力市场营销风险,以供电消费者的市场要求为指导,以创造高质量快捷的供电产品为手段,在最大化维护供电消费者合法利益的同时努力的提高公司本身的效益,以此促进公司健康的发展和提高公司的信誉。

参考文献

- [1]沈丹涛.供电企业电力营销风险及管控探讨[J].百科论坛电子杂志.2018(10)
- [2]胡志成.供电企业电力营销风险及管控探讨[J].百科论坛电子杂志.2018(14)
- [3]赵春林,沈正.对电力营销管理中安全风险问题的一些思考[J].农电管理,2019(12):38.
- [4]周素.供电企业电力营销风险控制简析[J].丝路视野.2018(22)
- [5]曹维立.电力营销风险管理与稽查创新研究[J].科技创新导报,2019,16(36):145-146