

电力行业营销稽查风险管控研究

侯 佳

鄂尔多斯供电公司 内蒙古 鄂尔多斯 017000

摘 要：在信息化的背景下，电力企业的市场营销已成为不可或缺的一部分。电力市场检查制度作为电力企业的重要信息支持系统，对规范市场秩序，保护用户权益，促进电力市场的公平竞争起到了十分重要的作用。但是，随着电力市场监督管理体系的不断完善，其运行过程中所面临的风险也日益增加。对电力市场进行风险管理，是保证电力系统安全运行，促进电力市场健康、稳定发展的一项重要举措。文章通过对电力市场营销检查系统中存在的风险进行分析，提出了相应的改进措施，以提高电力公司对系统风险的管理与控制，保证系统的安全、稳定、可靠。

关键词：电力营销；稽查系统；风险管控

电力市场检查体系作为电力企业的重要信息支持系统，对规范市场秩序，保护用户权益，促进电力市场的公平竞争起到了十分重要的作用。但是，由于其所涉及到的敏感数据的处理与传递，使得电力公司面临着诸多的安全风险，要想对其进行管理与控制，就必须采取一系列的、科学、有效的管控措施，使电力公司能够将电力营销审计制度的风险降到最低，从而保证市场秩序与消费者的利益，推动电力市场的健康、稳定发展。

1 当前电力市场环境分析与营销稽查概念的认识

1.1 当前电力市场环境分析

我国目前正在进行的电力系统改革，对电网盈利方式的改革给予高度重视。电力企业在经营活动中获得的经济利益主要来自于交易中的交易差价，因此，在这一方面的体制改革之后，应该有关部门对电力企业的收入进行监督。可以以电力企业的有效资产为依据，有关部门通过允许成本核定和准许收入核定等方式来达到他们的固定总收入，同时，对电价实行独立公告。在这一进程中，要积极建立合理、规范的输配电费用核算机制，健全相应的奖惩制度，使其在实际工作中得到应用^[1]。在电力企业改制工作中，如何调整、优化盈利方式是一个十分重要的环节。为了应对这一情况的转变，电力公司必须要强化合理的营销方式，以拓展市场为发展的方向，强化交易驱动资产的手段，持续地增加交易量，以增加固定收益率，为公司创造更多的利润。

1.2 营销稽查概念的认识

在此基础上，提出了一种新的思路，即提高供电企业的经营管理水平，提高供电质量，提高供电效率。电力市场的商业化与传统的发电方式有很大的区别，它要求市场营销人员不仅要“卖电”，还要对市场趋势进行准确预测，协调产业间的劳动关系，以达到产品商业化

的最大效益。所以，对商业用电进行规制，有助于保障商业模式的质量与收益。目前，由于缺乏相关的监督机制，以及市场化过程中存在的某些缺陷，使得公司的资本运作存在着不确定的因素，从而导致了公司的财务情况不明确，公司之间没有进行有效的协调，从而导致了公司的经营成本不断上升。另外，还可以改善电力企业的协作，加强各部门之间的协作，确保各产业的总体利益。电力营销审计是一种强有力的市场监督工具，运用该技术可以提高营销审计工作的成效、维持市场秩序、促进市场改善。为有效预防电力营销中的损失和漏洞，加强行业自律，促进电力市场的规范化和制度化。

2 电力营销稽查系统风险管控的价值

2.1 优化营销模式，提高工作效率

通过实施电力营销稽查系统的风险控制，可以使电力营销模式得到最优化，同时也可以使电力市场管理体系得到进一步的改进和优化，从而使电力市场营销管理工作的规范化程度得到进一步的提升，从而使工作效率得到极大的提升。同时，通过对电力市场进行全面、深入的检查，管理者能够对电力市场经营方式中出现的一些问题进行及时的分析，并对其做出相应的调整和改进，从而确保了电力市场的高效运行。同时，通过对电力审计工作的支撑，管理者能够收集和梳理出电力营销管理体系中存在的问题，促进了电力营销方式的健康、有序发展，增强了电力企业的市场竞争力^[2]。

2.2 提高员工综合素质，改善供用电主体的关系

在开展电力审计工作以前，用户与用户之间的关系常常不和谐，用户常常处在一种被动的局面。由于电价不合理和其它故障等原因，造成了用户的经济损失，同时，供电公司对客户用电的管理也不规范，这就造成了电力供需双方之间的紧张。同时，在传统的电力企业

运营和管理中,大部分员工的服务意识都不强,致使供需双方的关系不断恶化,最终发展成严重的冲突。而在进行了电力稽查工作之后,还可以通过对销售人员的行为、服务态度、职业素养等方面进行严格的监督,使销售人员在审计的监督下,自觉地进行各种操作,提升自己的业务能力和服务水平,从而保护好双方的合法权利,从而促进供用电双方的友好关系的形成。

3 电力营销现状

3.1 管理制度不完善

在供电企业进行电力营销审计工作时,要根据实际情况,完善相应的制度和制度,不断完善现行的工作计划,加强审计工作的功能,从而提升整体管理水平。然而,目前供电企业的电力营销审计工作存在着体制上的缺陷,不能为实践工作提供多元化的支撑,而且在出现问题之后,也难以制定出科学的对策和管理措施,从而影响了市场营销工作的正常开展。这主要是因为企业的发展中,没有建立起相应的管理机制,原来的工作中出现的问题不断地出现,而企业却没有一名有着丰富工作经验的管理人员来进行有效的处理。另外,由于许多因素的存在,使得审计工作的执行能力逐渐下降,在不规范的条件开展审计工作,会引起冲突,不能适应供电企业对电力营销审计工作的需求。

3.2 营销服务管理体制不完善

由于长期受到电力工业发展机制的限制,电力企业对电力营销工作的管理并不重视,为用户提供的服务种类较为单一,这使得电力企业与消费者之间的联系并不紧密,再加上电力企业的营销管理制度不健全,使得电力企业的营销理念与用户的真实诉求不相符合,使得电力企业的产品更新缓慢、销售思路没有跟上,同时缺乏对市场调研和对竞争企业的深入分析,这就造成了顾客用电体验差,阻碍了电力企业的长期发展,使得电力营销服务控制工作的作用不能完全发挥出来。

3.3 电力营销服务人员综合水平有待提升

在整个发展过程中,电力公司更多地将精力放在了生产上,而对市场营销却很少关注,在这种思想下,员工也很难树立起自己的营销意识。此外,电力公司对营销工作的关注不够,因此,对营销人员的管理和培训也不到位,例如,有些电力公司的激励机制不够,工资也不高,在事业的提升上,大部分都是生产岗位,这就导致了电力销售人员的整体水平和素质都比较差,不能满足新时期的服务理念。

4 在电力销售管理工作中消除安全风险的对策

4.1 做好电力营销风险分析

对电力市场的风险进行客观的分析,对电力市场的风险进行评估,具有十分重要的意义。在进行具体的风险分析时,要用更科学的方法,全面认识目前供电公司所面对的新的市场环境,并根据其工作特点做好调查。在此基础上,通过对各种可能影响企业营销活动的因素进行分析,从而更好地说明各种风险的根源。同时,电力公司的市场管理人员也要主动地和有关的管理专家进行交流 and 协作,对目前具体的市场营销工作实施状况进行深入的分析。本文从过程视角出发,对现有的营销活动中的风险点进行了分析,并对其进行了相应的评估和分类,从而为今后的风险管理提供了一个可靠的基础。在市场营销风险管理中,事前进行理性的风险分析是一项非常重要的基础工作,需要引起充分的注意和重视^[3]。

4.2 对电力营销模式的创新改革

针对目前国内电力市场营销管理工作中出现的一些问题,为了提高这一工作的质量和水平,我们在以后的工作中要注意对电力市场营销方式进行创新和改革。所以,在以后的市场营销工作中,必须按照“精益管理”的思想,对企业进行精益管理的创新。这样可以更好地消除电力营销过程中的所有不必要的资源消耗,在此基础上,提高对电力资源的管理效率,提高供电企业的销售质量和服务水平,以及对商店货物的安全性进行改进,并对各类营销手段进行灵活的应用。

4.3 创建电费风险测评体系

用电风险是目前供电公司用电销售过程中存在的一种最重要的风险,它直接关系到公司的经济效益,因此必须加强对其的管理。按照管理工作的要求,可以制定一个电费评估系统,例如,要建立一个客户信誉度评价系统和系统,并针对不同的用电用户的类别和特定的信息,对其信用级别进行全面的评估,从而更好地对电费回收风险进行预测。另外,也要运用先进的信息技术,远程通讯等手段,构建智能化的抄核系统,做到全过程的监管与管理,对工作中的错误行为给予重罚,以此来防止电费风险的发生。电费风险评估系统的构建与应用绝非一日之功,需要根据实际情况,建立一套科学的评估系统,以推动电力市场的发展。

4.4 建立稽查评价体系与智能决策分析中心

审计评估系统作为智能决策的核心,其构建离不开大数据的支撑。营销工作考核的基础是与检查问题有关的,并对此问题进行了分析和总结,从而构建了一个对应的考核系统。同时,针对企业的发展和项目的执行,制定了有针对性的计分规则。此外,还可以建立对应的信息数据库,利用算法对评估得分进行计算,从而起到

引导作用,促进工作效率的提高,增强组织的执行力和管理水平。(1)设立稽查效果分析中心。通过对检查现场的历史记录、处理情况和数量等一系列的指标进行分析,保证了对其进行多维度分析,从而保证了检查工作的效率。(2)搭建智能化的反窃电监控系统。电力大数据分析平台的一个重要功能就是识别用户是否存在窃电。在此基础上,本项目提出一种基于神经网络的电力系统故障诊断方法。同时,通过对研究成果的累积,建立窃电案件案例库。通过各种方式采集用户的欠费、电量等相关信息,并通过逆向分析判断其是否存在窃电行为。同时,通过对数据特征库的构建,可以对窃电行为进行建模,从而提取出相关的窃电特性,对存在的问题进行识别和处理,增强了模型的寻优能力。(3)构建闭环管理系统。在此基础上,应进一步健全反窃电现场工作规范,制订相应的工作程序和设备使用说明。同时,也可以将对应的业务过程(信息采集、工作终端等)进行整合,从而达到对整个区域的闭环管理。此外,还可以建立相关的程序分析模型,利用数据筛选功能,对异常用户进行判定,并对其进行监控。该实时监测平台功能很强,可以对异常用户的电压和电量进行实时分析,并与GIS技术相结合,对其进行定位,从而减少防窃电现象的发生。

4.5 完善电力营销组织结构

目前,我国的信息技术和科学技术水平都在飞速地提升,各类先进的技术在各个行业的生产发展中都得到了广泛的运用,电力市场管理工作也不能免俗。目前,我国的信息网络技术已经得到了很大的发展,因此,在未来的电力市场营销工作中,必须要与时俱进,不断地调整自己的营销组织,才能更好地满足时代发展的需要。那么,在以后的工作中,我们首先要考虑到企业的实际运作规模,从而更好地确定公司的战略目标,再根据精简高效的原则组建相关的营销组织,并对其进行成本效益分析,从而制定下一步的工作目标。其次,我们还应该重视对电力市场营销信息系统中的每一个模块和功能进行完善,将市场组织划分成顾客档案管理、多层次的管理机构,例如测量管理、工业拓展报告管理、抄表管理、电费管理等,让各组织间的相互联系更加紧

密,更好地进行电力市场的规划、实施、控制、监督。

4.6 创设并完善风险预警机制

供电企业在平时的经营过程中,要充分认识到影响风险的复杂程度,但也要意识到这一工作的难度很大,必须从根源上对风险进行防控,这就要求建立健全的风险预警管理体系,对风险进行综合的预测与处理。另外,供电公司的管理层也要对建立并执行风险预警系统给予足够的关注,首先,要对市场营销风险的形成原因进行深入的剖析,从根源上对风险进行控制,从而有效地减少营销风险。其次,应加大与顾客的联系与沟通。电力市场的主体是电力用户,因此,必须要加强和用户的沟通,及时掌握用户的需要,为用户提供更好的服务,从而提高用户的满意度^[4]。只有如此,才能提高供电工作的品质,规避市场风险。三是要建立健全的顾客反馈体系。在对电力消费者进行市场营销的过程中,首先要做的就是赢得顾客的信赖,提高顾客的满意度。所以,电力公司要注重与顾客的沟通与交流,借助先进的客服网络,及时地向顾客反馈意见,通过系统地分析提高服务质量,对顾客的需求和意愿进行细致的了解,以便为顾客提供更加有针对性的服务。唯有提供更好的顾客服务,才能使顾客更稳固,从而达到自己的发展与进步。

结语

在当今世界,经济正处于高速发展阶段,电力是新世纪发展的重要动力源,其发展速度也随之加快。同时,发电企业间的竞争也日趋激烈。因此,电力企业在市场上的竞争日益突出,因此,对其进行营销管理是十分必要的。

参考文献

- [1]杨佳.电力营销稽查在管理中的问题及处理措施应用探讨[J].现代营销(信息版),2019(6):158-159.
- [2]李春.张正曦关于对我国电力市场营销发展策略的探讨[J].中国经贸,2010(18).
- [3]张桐.电力营销稽查在管理中的问题及处理措施分析[J].科技创新导报,2019(30):132-133.
- [4]孙博华.浅谈营销稽查在电力营销管理中的运用[J].营销界,2019(28):21-22.