

供电企业加强电力营销的风险管理策略研究

李帆 刘洋 王华

国网湖北省电力有限公司营销服务中心(计量中心)

【摘要】随着社会主义市场经济体制的不断完善,电力作为人们生产生活中必备的、具有特殊性的商品,盈利性强。现阶段,很多供电企业纷纷通过电力营销的方法来增加电力销售量,以获得更多的经济利润。但是,电力营销过程为也会产生诸多风险,影响电力企业的可持续发展,当下,加强对电力营销的风险防控至关重要。本文重点探讨供电企业加强电力影响的风险管理策相关问题。

【关键词】供电企业; 电力营销; 风险管理; 策略研究

随着人们生产生活对电力需求量的暴增,我国电力市场的不断发展,电力营销工作面临新的机遇与挑战。电力营销工作复杂性、难度系数有所增加,滋生了很多新的风险,若不能对这些风险进行有效的防控,势必会影响供电企业的健康可持续发展。接下来,谈谈对供电企业电力营销风险管理的几点思考。

一、电力营销相关概述

(一) 电力营销风险概念

电力营销工作,具体指供电企业为了生存发展、争取经济利润而向用户输送电力,是决定供电企业经济和社会效益的关键因素。随着人们物质生活水平的不断提升,用户对供电企业的服务水平有了更高的要求,供电企业要想实现长远发展,必须注重满足客户合理需求,提升用户用电满意度,进而获得更多的经济和社会效益。但是,电力营销是决定供电企业服务水平的核心所在,而供电企业发展过程中存在很多不确定的风险因素,电力营销风险就是其中之一,严重影响企业的发展步伐和水平。随着经济全球化、世界一体化程度的不断加深,供电企业迎来新的发展机遇和挑战,电力企业必须高度重视电力营销风险管理工作,积极防控,进而不断提高电力营销工作质量与水平,为供电企业的健康长远发展保驾护航。

(二) 电力营销基本特征

第一,电力营销具有加强的技术性。众所周知,电力行业是一个技术性、专业性很强的行业,电力营销工作也依赖于高端技术支撑。其次,随着经济社会的发展、技术的进步,电力营销对技术的要求越来越

高,这也对电力营销工作的专业性提出更高的要求。

第二,电力产品具有无差异性。供电的稳定性、服务的真诚热情是评价一个电力产品质量的重要标准。如果用户在用电时获得稳定的、热情真挚的用电服务,并对供电企业的服务给出较高的满意度,那么供电企业产品就不存在差异性。

第三,电力产品的供给和使用具有同步性。相比其他商品,电力产品无法存储,用户购买电力产品后需要马上去用,如此就需要供电企业的电力供给与客户市场用电需求保持高度一致,如此有利于降低电力营销工作风险性、难度系数。

不难发现,相比其他商品,电力商品较特殊,因此,电力营销与其他商品营销也存在较大的差异。

(三) 供电企业加强电力营销风险管理的重要性

第一,有利于增强供电企业综合实力。随着社会主义市场经济的快速发展,电力行业市场竞争日趋激烈。新形势下,供电企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地,就必须高度重点供电企业电力营销工作,有效防控电力营销风险,进而增强供电企业综合实力与核心竞争力,还要注重提高电力服务效率与水平,提高用户满意度,进而促进供电企业健康可持续发展。

第二,有利于提高供电企业经济效益。盈利利润是供电企业实现长远发展的基础和前提,供电企业获得的经济效益越多,那么就能获得更多的发展资源、争取更多的市场份额,进而不断提高市场竞争力。新形势下,加强供电企业营销风险管理不仅能够获得更多的经济利润,还能有效增加社会效益。就供电企业

而言,营销工作数量多、任务重,但能用于项目建设的资金却很少。但如果能够基于项目实际情况来科学配置并运用资金,确保项目建设有足够的资金支持。将电力营销诸多相关因素纳入其中,满足不同环节的风险管理需求,确保电力营销全过程公开公正、透明、规范。其次,加强对电力营销风险的研究,还能为后续的成本核算、营销策略制定、子项目删减等提供行之有效的指导方案,进而有效提高项目成本管理控制效率与水平。由此可见,加强供电企业电力营销风险管理,能有效将电力营销中的诸多风险扼杀在摇篮中,消除这些不利因素的影响,为供电企业创造更多的经济效益。

第三,为供电企业规划夯实基础。供电企业的企业规划是促进供电企业健康可持续发展的重要保证,而企业规划的基础是电力营销风险管控。新形势下,加强供电企业电力营销风险管理,有利于实现权责明确,将任务、职责落实到具体岗位、人身上,不断优化行政审批流程,进而有效提升电力营销规划效率与水平。其次,加强电力营销风险管理,有利于提高立项过程的透明化、规范化;规范电力营销的准入条件、准入流程,有效提高了电力营销工作投资计划管理水平、提高财政预算精准性,并在很大程度上节省人力、物力成本,为供电企业科学规划夯实基础,推动供电企业又好又快发展。

二、供电企业电力营销存在的风险分析

(一) 市场风险

市场营销风险是供电企业电力营销中存在的主要风险之一,随着社会主义市场经济的快速发展,供电企业的市场风险主要涉及三大块,即电价风险、电费风险和电量风险等,目前,电费风险是最突出、最常见的风险。第一,电价风险。市场经济环境下,电价风险主要指电价收费标准的统一性、规范性与否。第二,电量风险。主要体现在电量工序的平衡风险性方面。第三,电费风险。具体来说就是用户电费存在的回收风险,电费风险复杂性、难度系数较高,具体体现在以下几点:首先,电费的核算风险,具体指供电企业在开展电费核算工作时,尚未严格遵循国家电价规定的标准来对电价进行及时、有效的调整,如此会导致电费核算结果与国家规定的标准存在较大的差别,大部分用电客户会用这个理由来拒绝缴纳相关电费。其次,抄电表风险,主要指电表系数抄录工作人员在抄表过程中出现不同的失误导致最后抄到的电表

数与用户的实际用电量存在较大的差别,用户就以此为理由拒绝缴纳相关电费。另外,故意拖欠电费的风险,这种风险常见于一些大型用电量大的企业客户,由于企业破产倒闭、改制等原因导致资金周转不灵而进行偷电漏电,或者导致电费无法及时有效收回,如此给供电企业电力营销工作带来巨大的经济损失,对供电企业健康可持续发展造成严重的负面影响。

(二) 服务风险

市场环境下,隔行各业发展竞争日趋激烈,供电企业要想在激烈的市场竞争中生存下来,就必须注重提高自身的服务效率与水平,提高用户用电服务满意度,进而与本企业达成长远合作意识。但是,相比其他实体商品,电力商品具有特殊性,这会在很大程度上增加供电企业的服务风险,具体涉及到服务质量风险、服务安全风险、服务规范风险等等。首先,服务质量风险。主要来说就是用电客户的服务效率与质量风险,指供电企业能否第一时间分析和处理用户对服务的评价和满意度;能否精准、科学合理分析总结用户的建议和意见;能否精准把握电力服务的范围和领域等等。其次,服务规范风险。主要指供电企业所编制的服务标准是否健全、规范、公开透明,能否再进行执行,且在具体实施的过程中企业的服务意识和服务能力是否能获得用户的认可和满意。从目前来看,供电企业的服务规范风险多指供电企业自身,供电企业必须要根据企业的实际情况、电力市场发展、客户的用电需求来制定服务规范。另外,服务安全风险。用电客户是供电企业的主要服务对象,企业在提供服务时需要建立健全客户安全防范对策等。随着服务市场的快速发展,供电企业的主要服务对象是人,但是,企业在服务过程中还是存在一定的安全风险,这也需要供电企业认真思考和注意的问题。不难发现,供电企业在提高供电企业服务效率与质量的过程中,也出现了一系列的服务风险。

(三) 法律风险

随着市场竞争的不断增强,由于市场自身的缺陷引发诸多违法违规竞争行为,供电企业电力营销尚未建立完善的法律体系,更没有出台电力营销转向法律,如此出现了很多电力违法违规行为,不利于电力市场的进一步发展。其次,供电企业缺乏较强的法律意识,电力设备与技术的不合理开发等违法行为层出不穷,这些都在很大程度上增加了电力营销的法律风险,不利于供电企业的长远发展。

(四) 经营风险

从电力市场发展情况来看, 电力营销的经营风险可以用四个字总结, 即“费”、“价”、“量”、“损”。具体来说, 第一, 电费回收。针对电费回收, 是否建立内部管控机制、是否建立专用账户; 有无按期制定电力产品销售明细表; 电力营销部门是否实时了解没有回收的电费情况; 针对未收、实收和应收的电费是否利用统计表进行精准统计, 且是否进行有效监控; 针对电费欠费情况, 是否定期进行统计或编制完善的催缴对策; 针对违规违约用电、延迟缴纳电费是否增收违约金等。第二, 电价管理。有无按照核准的电价进行收费、有无指定完善的电价执行监督与考核体系; 是否定期检查电价、针对违价行为所制定处罚对策的合理性等。第三, 电量损害与电线受损管理。当前市场上存在很多偷电、窃电行为, 造成供电企业严重的经济损失, 目前这些行为尚未得到有效的遏制和解决。其次, 由于外界因素的影响, 电线电网很容易受到损坏, 这些电网线路无法得到及时维修、保养, 在很大程度上增加了电力资源的浪费。另外, 少数基层单位出现的考核误差, 使得供电量与售电量不一致, 为了应付检查, 很多人弄虚作假, 给供电企业带来严重的经济损失。

(五) 电力营销系统风险

随着“互联网+”时代的到来, 信息技术在各行各业的发展中发挥重要的作用, 我国供电企业开始信息化、智能化、数字化管理, 但由于信息化建设起步晚、尚处初级发展阶段, 导致信息化建设存在诸多问题。电力营销系统风险较大。如, 技术风险, 因为电力营销系统设计不科学、不合理, 导致信息管理系统缺乏稳定性、漏洞较多, 给了黑客们非法入侵的机会, 进而使得重要的电力数据信息泄露、遗失, 为供电企业带来较大的经济损失。再如, 操作风险, 因为操作人员的主客观失误, 如, 电表误抄、电费误算等都给造成电价出错, 造成经济损失。

(六) 供电企业员工风险

从本质上来说, 市场营销属于部门与员工的个人行为, 供电企业销售员、安装员在工作中出现的失误会在不同程度上影响经营目标的实现, 甚至会影响到企业的信誉度、对外形象等。如, 供电企业在某一细分市场开展电力营销后, 需要用户用电量做好抄表工作, 如果工作人员不认真、敷衍了事, 那么会容易会抄错电表中的数据, 根据错误数据进行电费核算, 那么会大大增加电费风险, 且电费核算产生的计算风险

也会在很大程度上给供电企业造成经济损失。现阶段, 供电企业在电力营销时, 因为工作人员态度不严谨、不认真, 极易让用户不满意进而去投诉, 如此会损害企业的对外形象, 甚至会造成不必要的经济损失。

三、供电企业加强电力营销的风险管理具体对策

(一) 树立正确的电力营销理念

随着社会主义市场经济体制的不断完善, 供电企业要想实现健康可持续发展, 就必须重视电力营销工作, 其中至关重要的一点就是树立正确的电力营销意识, 创新营销理念, 坚持市场的导向原则, 坚持全心全意为客户服务的工作宗旨来明确电力营销标准, 并立足于市场实际发展情况来开展有针对性、创意性强的电力营销活动策划。引导供电企业员工增强电力营销意识, 通过先进的技术、完善的电力产品来不断提升用户的服务满意度。其次, 还要注重创新用电制度, 有针对性的错开用电高峰, 如此有利于解决用电不科学、不合理的问题。另外, 供电企业要创新电力营销方式, 注重减少用电成本, 实现用电利用率与创新营销意识的高度统一, 实时把握电力市场发展动态, 并基于此编制有针对性的电力营销策略, 提高电力营销活动的创新性、实效性。

(二) 提升电力产品质量

众所周知, 电能质量与水平是夯实供电企业电力营销质量的基础和前提。因此, 各供电企业应注重全方位、多角度来创新电力产品, 不断提高产品质量与水平。具体可从以下几点着手: 首先, 新形势下, 供电企业应一改传统硬性电价策略的弊端, 结合当地企业用户、居民用户的实际情况, 灵活制定电价策略, 并加强调控, 实现多方共赢。其次, 作为供电企业, 要实时把握电力市场发展现状以及未来发展趋势, 分析用电市场实际情况, 及时优化电力营销管理对策, 还要深入群众一线, 与当地企业用户、居民用户进行交流, 积极采纳其中有效的意见和建议, 站在用户的角度来优化自身电力产品。另外, 随着工业化、城市化进程的而不断加快, 环境污染问题日益突出, 电力能源是社会发展的主要能源, 基于此, 供电企业应注重对企业的电力产品进行广播宣传, 引导社会广大群众正确意识到电力产品的重要性, 进而能够侧面加强电力营销管理, 不断提升电力营销管理质量与水平。再者, 供电企业应灵活运用各种市场营销对策, 如, 传统的用户优惠性经营策略由于没有和用户管理策略

进行有机结合,带来了一定的营销风险,基于此,供电企业应结合实际情况灵活、有针对性运用各种市场营销对策,实现不同经营管理对策的优势互补,弥补各种经营漏洞。如,在采用电费免预存对策时,可先与当地银行等金融机构启用诚信管理对策,充分掌握用户的信用度、信誉度,结合用户的信用水平来设置电费免预存等级等,如此一来有利于提高用户服务满意度的同时,也能规避电费回收风险。

(三) 充分发挥电力营销风险管理技术的作用

新形势下,供电企业应注重建立健全科学有效的电力营销管理系统,深入分析传统营销经验,进行全面系统的电力市场调研,基于此来科学分析和预测未来可能出现的一系列电力营销风险,并制定行之有效的解决对策、完善的规章制度,并引导供电企业全体员工深入学习这些规章制度,并在日常工作中遵守落实,如此有利于推动电力营销工作朝着合理化、规范化发展,最终有效防控电力营销风险。

从本质上来说,供电企业的营销风险管理工作其实就是对市场风险的有效防控,具体指加强对电费、电价和电量等不同层面的风险防控。经济社会的快速发展对电力资源的需求量暴增,引发了电力资源的供需矛盾问题,如此一来,少数用户会通过窃电、自发电等方式来获得电能,进而大大增加了供电企业电力营销风险。基于此,企业要加强规范供电行为,尤其要注重管理电能计量设备,购置科技含量高的电能计量设备,加强对非法用电行为的监控,在一定程度上将这些违法行为扼杀在摇篮中。其次,加强对电费计价的管理,规范统一计价指标,消除电价风险。其实,电力营销风险防控的关键就在于有效控制市场风险,尤其是电费风险。

另一方面,供电企业要想有效管理控制电力营销风险,可以在与用户签订服务合约之前对用户进行深入的调研,掌握用户的综合实力、信用度等,为每位用户建立信誉档案。其次,要加强审核有关资料信息,尤其是用户的申请信息、用户提供的信息,核对二者是否存在不同。还要做好电表抄录的管理,确保超表数据真实、客观,且对用户的近几个月的用电量实施前后进行比对,一旦发生特殊情况,要进行调查分析。抄表工作直接关系电力系统的安全性、规范性,直接影响供电企业综合效益。所以,供电企业应加强对抄表环节的风险管理,注重选择责任感强、职业素质高的工作人员专门负责抄表工作,将具体职责落实到个人身上,如此有利于规范抄表工作人员工作

行为,将那些违法行为、徇私舞弊行为扼杀在摇篮中。另外,供电企业要对抄表人员提供的数据信息,对照用电量进行确认与核对,全面掌握用户的电费数据,加强数据信息检验,如此能有效规避电费回收风险。

(四) 坚持市场导向原则,构建完善的电力营销制度

供电企业开展电力营销活动的目的就是获得更多的经济利润,但是,市场经济环境下,经济利润的多少受市场的影响,所以,供电企业要想在激烈的市场竞争中生存下来,就要获得更多的市场份额,赢得更多的客户,才能创造更多的经济社会效益。所以,供电企业要坚持市场导向原则,围绕电力用户来建立健全电力营销制度,引导电力营销工作朝着市场化、规范化方向发展。

作为供电企业,要高度重视市场调研工作,明确不同区域、不同行业用户对电力资源的实际需求,根据用户的实际需求进行市场划分,进而能够围绕电力市场提供完善的电力营销服务,确保不同类型的用户都能满足其需求,如此才能有效拓展用户群体,占得更多的市场份额与发展空间。

坚持以市场为导向、基于用户实际需求而建立的电力营销制度,需要优化各项服务作支撑,尤其是电力行业而言,供电企业提供的是无形的商品和服务,只有在电力营销中提供完善的服务,才能让用户获得良好的用电、服务体验,进而获得用户的认可和信度,如此才能有效规避供电企业电力营销风险,推动供电企业又好又快发展。

(五) 加强电力营销稽查与监督工作

第一,实施营销稽查是加强电力营销风险管控的重要手段,规范、到位的营销稽查能够提高防控水平,并有效遏制营销风险。具体来说,旧的风险解决后,新的风险也会随之而来,二常态化的营销稽查会基于电力营销风险的特征,循序渐进规避风险,对电力营销的每个环节都能进行有效的控制和管理,挖掘一切潜在或已发生的风险,进而不断提高供电企业电力营销工作质量与水平。

第二,完善营销监管工作。众所周知,电力营销工作技术性、复杂性、难度系数较高,且极易引发各种问题与风险,基于此,加强对电力营销工作的监督至关重要,尤其要进行全程监督,如此能够第一时间发展电力营销中存在的异常并反馈给相关部门,如此能够及时制定行之有效的解决对策,最终将电力营销风险扼杀在摇篮中。

（六）注重增强电力营销人力资源力量

随着社会经济的快速发展，各供电企业之间的竞争归根结底是人才的竞争。供电企业要想适应新常态、满足电力行业市场新需求，就要基于当下电力营销机制、电力市场实际需求来打造一支结构完善、实力雄厚的营销人才队伍。首先，要正确认识到增强电力营销人力资源力量对于供电企业健康可持续发展的重要性。其次，加大电力营销人才准入门槛，提高人才招聘要求，注重引进一批学历水平、业务水平突出、职业素养高的电力营销专业人才，为现有的电力营销人才队伍注入新鲜血液，不断优化现有的电力营销人才结构。其次，加强对在职电力营销人员的教育和培训，定期邀请相关专家学者、行业精英到本企业来召开座谈会，传授营销管理新理念、先进的营销经验，并根据本企业实际情况来创新电力营销方式。再者，要引导电力营销工作人员树立终身学习理念，积极学习新技术、新观念和新工艺，注重提高自身的电力服务意识和水平，进而不断提高电力营销工作质量与水平，为供电企业创造更多的经济和社会效益，推动供电企业健康长远发展。

结束语

综上所述，电力营销风险管理在供电企业的长远发展中发挥着不可替代的作用，且对我国的电力行业发展具有较大影响。基于此，要引导供电企业正确认

识到电力营销风险管理工作的重要性，树立正确的电力营销风险管理理念、提高电力产品质量与水平、发挥电力营销风险管理技术的作用、构建完善的电力营销管理制度、加强电力营销稽查和监督工作并注重增强人力资源力量，进而能够全方位、多角度来规避电力营销风险管理，促进供电企业又好又快发展，并为社会经济的快速发展夯实电力基础。

【参考文献】

- [1]孙定国,张亮.电网企业电力营销业务风险管理应用基础研究[J].建筑工程技术与设计,2018(031):3520-3521.
- [2]曹晖.供电企业电力营销管理风险控制分析[J].消费导刊,2018(030):246-247.
- [3]张晓玲.加强电力营销全过程电费风险管理的措施[J].商业故事,2018(09):69-70.
- [4]尹广力.电力营销全过程电费风险管理的相关思考[J].建筑工程技术与设计,2018(033):4007-4008.
- [5]龚小艳.浅谈供电企业如何加强电力营销的风险管理[J].华东科技:学术版,2015(8):304-305.
- [6]卢盛涛.供电企业电力营销管理的现状分析及其策略研究[J].科技致富向导,2011(18):171-172.
- [7]梁成.新竞争环境下供电企业电力营销管理对策分析[J].企业改革与管理,2018,327(10):95-96.
- [8]朱晓培.关于供电企业电力营销管理策略与实施措施的探析[J].企业改革与管理,2018(007):87,103.
- [9]王东,巴衣尔,周炜.电力体制改革背景下供电公司电力营销策略改进研究[J].科技经济导刊,2018(05):204-205.
- [10]张洋.县供电公司电力营销业务管理能力研究[J].现代经济信息,2019(008):68-69.