

电力营销管理中电费电价分析方法研究

尹丽霞

国网宁夏电力有限公司吴忠供电公司利通区供电公司 宁夏吴忠 751100

摘要: 电力营销管理环节最受大众关注的在于电费电价的分析方式,这也直接关系到电力用户对于电力营销的满意度和忠诚度。因此,对供电企业来说需要结合用户的需求进行快速的反应,不断提高用户对于具体电费计价方式的满意度,以此来保证电力营销效果的最大化。本文主要从当前电力企业营销统计数据进行分析,结合相关数据报表的运用,分析电力营销管理工作开展时如何科学掌握电费电价分析方式,有效推动营销管理水平的日益提升。

关键词: 电力营销管理; 电费电价; 分析方法

引言:

市场经济不断发展的今天,电力企业在营销管理工作开展时,需要深入的对电费电价进行分析工作。从实际电力企业的发展现状入手,对日常的数据进行整理汇总,了解目前的经营状态和经营特点。对于相关工作的人员来说随着电费电价分析工作量日益增大,数据日益增多,很多工作人员虽然具有一定的统计分析能力,但是过量的数据计算也会增加工作人员实际工作的负担。因此,需要相关工作人员在电力营销管理环节选用科学的电力电价分析方式,加强技术创新、电费实施动态监测以及电费管理,整合出最佳的营销模式,这样既能够使企业取得经济效益,又能够有效推动企业的稳步发展。

1 当下在对电费电价进行分析方法时存在的问题和不足

1.1 电费电价分析的营销策略相对单一

目前电力企业在进行营销管理的过程当中,虽然考虑到了电费电价分析的情况,但是营销策略依然比较单一,不能够针对目标客户进行个性化和主动化的服务,导致了营销方案缺乏针对性和有效性。比如当下很多地区实行的阶梯单电价或者是峰谷电价都是针对于某一类的大客户,但是对于居民或者是一些工业用户却没有进行细致的分类,也没有制定相关的营销方法,这样就会造成电力企业的营销管理存在着较大的发展空间。比如部分地区在推进阶梯电价的过程当中都会给第一梯度的用电量,用户给一定的优惠,这样就会造成用电用电补贴的范围较大,反而影响到了收取高价电费的初衷,尤其是没能够针对一些潜在的用户进行营销,不能够满足

一些用户的需求,另外一些大型的电力用户发展需要更加具有针对性的营销方案,导致了电力企业和用户之间的沟通交流依然相对较少,也影响到了营销的实际效果。

1.2 转供电加价严重, 损害电网企业形象

转供电问题一直伴随着我国的电力工业和经济社会发展而存在。当前,一些产业园区、商业综合体、写字楼和物业等转供电主体向终端用户收取电费时会加收一定的管理成本和设备损耗,甚至还加收管理服务费的名目,把转供电变成了一种盈利的行为,造成终端用户用电成本较直供用户高得多。由于信息的不对称,使得国家近年来多次降低一般工商业电价的红利未能有效惠及终端用户,在一定程度上损害了电网企业的正面形象。

1.3 电价制定不合理

当前纵观电力企业的实际发展来看,很多电费电价的制定,没有结合市场发展的变化进行科学的制定。电力企业运行过程中对于电力能源仅具有销售的权利,但电价制定方面是需要由相关政府予以制定。在这种情况下,部分政府对电价和电力市场的实际情况不够了解,所以在电费电价的制定过程中,受到了主观意识的影响,很难满足当前市场发展的需求。

1.4 电价机制不科学

从过去传统的用电习惯来看,虽然每日均有用电高峰时段和低谷时段,不同时段电费计算也会有一定的差异性的管理。相关电力企业在电费计价的环节如果电价计算不合理,会影响到市场销售份额,甚至对于企业自身形象造成影响,不利于企业长期的发展。因此,需要建立科学的电价发展机制,明确当前电力企业电费电价制定环节中的风险因素,进行科学性的风险预测,才能够对存在的风险问题进行及时防范。

2 电力营销管理中电费电价分析方法

2.1 严防转供电扩大, 实现转供电合法化

作者简介: 尹丽霞,女,汉族,1976.10.10,籍贯:宁夏,学历:本科,职称:工程师,毕业院校:宁夏大学,研究方向:电力营销,邮箱:407560449@qq.com。

电网企业要正视转供电现状,着力解决转供电环节加价问题。对新建物业底商出具一户一表供电方案,实现供电到户,严防增量转供电的出现;对符合改造条件的存量转供电,有计划的实施户表改造,逐步减少存量转供电;对不符合改造条件的存量转供电,应在政府职能部门的指导下,根据《供电营业规则》关于转供电委托的规定,与转供电主体应就转供范围、容量、费用、用电指标、计量方式、电费计算、转供电设施建设、产权划分、运行维护等事项签订协议,规范转供电主体行为,确保转供电行为合法化。

2.2 系统动态监测

为确保电力营销整体流程的科学性、有效性、稳定性,就需要充分发挥出现代化科技的力量,通过实时在线监控了解整个企业的用电情况。控制企业收费数据、代收电费银行、代收网点的收入。在这种实时监控下,数据的安全性有了保障。对此企业可以组建专门部门制作内部系统平台,查询每天电费收支情况,综合判断回收率、实际收入等数据,同期分析上升或下降幅度,明确企业中的电费浮动情况,综合判断后了解电力营销面临的风险,通过计算机检索技术的辅助来找到风险用户,自动生成电费催缴用户名单并执行,降低电费风险。如果发现电费收取过程中波动异常,工作人员就要加大重视,平时在开展工作时扩大宣传范围,深入落实这一政策条款,以免执行过程中出现某种风险。另外,还需要利用网络平台加大对政策的公开力度,使用户及时了解企业对电价电费的收取政策,清楚标注定价情况,让用户明白企业下达政策,保证用户与企业之间建立良好的关系,提高用户满意度。从而实践情况上来看,在线监测能够帮助工作人员更好的了解供电情况,也为后期制定销售政策提供强而有力的保障。

2.3 加强数据统计

我国科学技术水平不断提升,大数据、互联网、计算机等现代化科技正逐渐走进各行各业,在进行电力营销时,精准的数据统计是基础环节。为了确保电价定位的科学公平,需要加强数据统计渠道,全方位了解社会用电形式,为后期工作人员分析提供可靠依据。目前电力企业主要的数据收集渠道就是每个月定期收集的电费汇总表,能够整合并汇总基础用电数据,收电费汇总表中的数据覆盖范围广泛,包含了不同用电需求的用户信息,综合不同时段电量、功率数据。在加强数据统计分析,还需要根据不同需求群体的用电情况及电压供应情况来系统的分层。例如:工业用电、非工业用电、农业生产用电、商业用电等等。在后续分析时要对同一

电压等级的用户进行分层管理,加强最终的统计效果。另外,在开展电力营销之前的数据统计时,还要严格核实现有营销手段,根据现有数据找出电能供应链中存在的疏漏,为后续审查制度的运行提供帮助。做好电力营销数据的统计工作能够帮助工作人员了解受众对于能源服务的意见或建议,并根据当前实际情况制定更完善的电能供给方案,促进辖区范围内用电安全与稳定性,给电力营销奠定合理、可靠的基础。

2.4 合理确定电价

基于上述电力企业电费电价营销管理中存在的问题,需要相关工作人员合理进行电价的选择。目前电力能源的销售价格受多因素的影响,电力企业想要提升电力营销管理的水平,就需要合理明确电力能源销售价格。一方面要消除政府单方面制定价格时的主观因素,另一方面需要结合当前电力营销时电费电价实际的变化情况,综合考虑电力企业销售价格的制定,打破政府单方面定价的模式。从电力市场和实际电力行业发展的情况以及电力企业的运营情况进行综合考虑,以便更好地弥补定价模式上存在的缺陷。

2.5 加强电费电价管理工作的制度改革

从现实发展的角度来看,关于电费电价的制定和管理,以及电力营销的管理都和民众的生活息息相关。想要推动电费电价管理的科学性、有效性,就需要融入民众监督工作,并建立起相应的法律保障和制度改革。尤其是财务规范也要融入到具体的电力营销管理工作中,能够利用制度将电费电价制定和电费电价分析等相关部門整合在一起,制定合理的电费电价分析模式。

3 结束语

综上所述,科学技术的日益进步使当前电力营销管理时存在电费电价、行政干预等多方面的问题,需要相关电力营销管理的工作人员充分认识电费电价分析的重要性。采用合理的科学的电费电价分析方式,完善自身的建设和管理的优化,以便更好地推动电力企业适应当前时代的发展,取得更大的经济效益。

参考文献:

- [1]许立杰.电力营销管理中电费电价分析方法[J].低碳世界,2017(13):240.
- [2]卢思丞.电力营销管理中电费电价分析方法研究[J].科技创新导报,2017(34):189-190.
- [3]曾嵘.试论电力营销管理中电费电价分析方法的应用[J].通讯世界,2018(3):309-310.
- [4]黄莉.加强对电价电费的审计稽核及实施流程化、在线式管理[J].低碳世界,2017(31):254-255.