

供电企业电力营销管理风险探究

余一飞

(国网江西省电力有限公司兴国县供电分公司, 江西 赣州 342400)

摘要: 电能资源是我国目前主要能源之一。近些年来, 伴随着科技的发展, 供电企业数量不断增加, 生产的电能资源大幅度提升, 这使得电能资源变成了一种竞争力强度比较高的产品。面对激烈的市场竞争, 供电企业开始推出各种各样的电力营销方式, 以此来增加企业自身的经济效益, 占据电力市场的一席之地。不过, 电能资源与其他的存在着一定的差异性, 在开展电力营销中势必会遇到很多的问题以及风险。本文就这些问题以及风险进行深入研究, 然后思考供电企业电力营销风险规避的一些方法, 希望可以为供电企业的电力营销提供一些切实可行的思路。

关键词: 供电企业; 电力营销; 风险管理; 规避对策

供电企业和普通的企业来讲存在着一定的特殊性, 它需要获得电力经营许可证才可以提供供电服务, 这种许可证是从事电力服务的基础。现阶段的电力市场相比于传统的市场来讲, 市场竞争更为强劲, 这主要是因为电力是人们生产、生活中的必需品。供电企业非常重视电力服务, 希望通过全面的服务让客户能够快捷方便地使用电力。在现阶段的电力市场中, 电力营销是企业发展的根本, 它可以让企业更好地面对市场错综复杂的变化, 调整切实可行的方案来满足客户的多样化的需求。近些年来, 我国供电企业的营销管理工作尚且存在着一些问题, 需要企业内部进行改革和完善, 把控好电力营销存在的风险, 以此来帮助供电企业更好地适应时代的发展以及社会的需求。

一、供电企业电力营销内涵

在供电企业中, 电力营销是极其重要的一个环节。电力营销方案科学合理才能够帮助企业增加经济收入, 积极应对市场经济变化的需求。该项工作并不复杂, 就是简单的把电能输送到每家每户中, 尽可能地满足用户的基本需求。当前供电企业数量比较多, 市场之间的竞争比较大, 这就需要企业进行电力营销, 让更多的用户使用各自企业的电能, 增加供电企业所占有的市场份额, 以此来获得更多的利润。相反, 如果电力营销工作以及售后服务工作不到位, 那么可能会导致用户对企业的产生诸多不满, 进而影响企业在市场中的名声, 使得企业在市场中的竞争力越来越小。严重的话, 还会使得企业电能推销不出去, 彻底失去用户以及市场份额, 最终使得市场面临破产的风险。电力营销工作本身收到的影响因素比较多, 其风险与收益并存。如果, 企业没有办法妥善处理营销中的风险以及因素, 可能会对企业造成较为严重的打击, 进而成为供电企业发展的绊脚石。为此, 只有将这些风险找出来, 才能够更好地助力供电企业长远发展。

二、供电企业电力营销中的具体风险分析

(一) 市场风险

电力营销是供电企业营销的核心手段。在当前社会, 电力营销主要存在着两种市场风险, 其一是电费收取风险, 其二是电能供应风险。对于普通的消费者来讲, 电费收取并不是问题, 但是普通的消费者并不大客户。用电需求比较大的客户一般来讲是大型的企业。当这些用电需求较高的企业与供电企业进行合作的时候, 往往会签订相应的用电合同。但是, 合同上对于用电费用

以及供电电能相关的条款是比较模糊的, 这就导致供电企业在电费收取方面会产生较为严重的影响。用电企业会利用各种理由推迟交电费, 甚至部分还会找到合同之中的漏洞拒绝缴纳电费。在统计电费时, 工作人员往往以电表作为依据。但是在抄电表的时候, 拱嘴人员可能会出现一定的疏忽, 进而做成多抄或者少抄, 这些事物都会被用电企业利用起来, 作为拒绝缴纳电费的理由。在电能供应方面, 供电企业需要保证供电量的平衡。如果供电企业的电能供应比较少, 那么会导致用户的电量不稳定, 无法满足基本的用电需求。但是如果企业给用户超额供应电能, 则是会给企业带来一定的损失, 进而影响企业的利润。

(二) 服务风险

供电企业最关键的便是服务好用户。在服务用户的过程中也可能会面临着一系列的风险, 且这些风险具有较强的随意性, 难以把控。供电企业一般会对营销人员进行培训, 使用统一的标准来要求营销人员。营销人员直接对接用户, 他们服务质量的好坏会直接影响到客户, 进而对企业的形象产生影响。如果营销人员的服务使得用户不满意, 那么后者可能会选择其他供电企业, 这对于供电企业来讲是一笔巨大的经济损失, 影响企业后续的发展。供电企业需要提高对于营销人员服务质量的要求, 让他们耐心给用户讲解、关心用户需求、积极解决用户的问题, 力求服务的最优化。但是即使这样, 仍然可能会发生一些意外, 而且这些意外具有突发性和随机性的特征, 不可控制。企业能够做的就是尽可能利用高水平来要求电力营销人员。但是这仍然无法避免一些用户的不合理要求以及刁难。同时, 供电企业所面向的用户多范围的, 一般签订着相应的用电合同, 这是企业规避风险的有效手段, 也对用户的不合理行为进行了约束。本意是为了用户的安全着想, 但是用户会感觉到自己的用电自由被限制, 可能会出现用户与供电企业合作终止的问题, 影响了企业的经济效益。

(三) 国家政策以及法律风险

电能需要国家允许才能够列入经营范围内。为此, 供电企业收到国家调控政策的影响。严格来讲, 国家在电价上有着宏观的调控, 这在一定层面上会严重影响国民的经济成长。当然, 国家政策不一定与电力市场相适应。如果二者相辅相成, 在一定程度上会促进电力企业的发展, 如果二者出现矛盾, 那么则是会影响到电力企业的正常运营。除此之外, 因为电力资源比较普遍, 国家对于电力资源的把控以及重视程度并不算高, 并没有单独针对电力去制定相关的法律法规, 这就导致电力营销工作并没有法律依据, 缺乏法律法规的保护。一旦供电企业出现问题, 需要企业自主进行解决, 在一定程度上会影响供电企业的正常运行。

三、供电企业电力营销风险应对策略研究

(一) 提高电力营销工作人员的职业素养以及风险意识

供电企业中应对营销风险的人大多是电力营销人员。电力营销人员职业素养的提升可以有效降低大多数的风险, 为此, 供电企业应该通过培训的方法提升营销员工的职业素养, 尤其是应对风险的能力, 进而让电力营销工作更加稳定和安全。企业在对电力营销人员进行培训时, 需要与市场的行业相适应, 妥善处理好

客户与企业之间的关系。同时,企业还要帮助营销人员掌握国家有关于电力的政策,不做违法的事情。在培训的过程中,电力营销人员需要将企业的发展与自身的实际情况进行结合,有针对性的提升自身的职业技能,强化自身的风险意识,转变传统的工作理念,并且结合自身的实际情况以及前辈的工作经验来妥善处理已经发现的营销风险。

(二) 夯实供电企业的电力营销基础

供电企业想要在中站站稳脚跟,就需要夯实自身的电力营销基础,强化自身的营销能力以及营销服务质量,这样才是解决电力营销风险的根本对策。首先,供电企业应该全方位且深入的了解电力市场行情,积极收集用户信息,并且通过深入的调查与分析,来构建企业内部的客户信息库。借助该数据库可以对当前的电力市场现状进行调整和分析,预测电力市场未来的走向,并根据该走向进行调整以及优化,进而使得电力企业能够紧跟市场的变化,促进企业的综合发展,让电力营销工作更加简单方面。其次,供电企业需要将日常的电路维护以及检修工作做到位。电力营销的根本是服务质量,而电路维护与检修工作是最基础的服务。供电企业需要保障电力的正常、安全供应。当电路出现故障的时候,需要在最短时间内处理电力故障,确保居民以及用电企业的正常运营,以此才能够让自身在市场具有更为强大的竞争力。

(三) 构建规范化的电力营销监管体系

电力营销企业需要严格规范化的管理,构建一套科学严谨的电力营销管理体系,以此来保证电力营销工作的科学化、规范化以及合理化。在电力营销管理体系的帮助下电力营销工作的工作更加规范,有助于他们职业生涯规划的发展,可以显著提升他们工作的积极性和主动性。同时,电力营销工作人员还需要适当的监督以及奖惩体系来帮助他们养成良好的工作态度以及工作习惯,纠正他们的错误行为,提高他们的工作积极。当员工主动利用相关标准和体系来要求自己,并且获得了一定的报酬以后,他们会从内心深处认可自己的付出,进而激发自身的潜能,这对于提升营销工作效率以及质量来讲具有十分重要的意义。

(四) 管控好各种类型的电力营销风险

供电企业本身在电力营销中势必会遇到各种各样的问题。企业管理人员以及营销人员需要根据以往发生的风险来对本次的营销风险程度进行判断,并在以往工作经验以及风险的处理经验上,对工作人员进行培训,帮助他们了解风险案例以及日常遇到的营销风险。同时,供电企业本身需要对日常的工作流程进行优化尽量管控好电力营销的风险,避免出现风险和意外情况,加强电力营销工作的执行力,防止意外发生的可能性,将风险和威胁控制到最低,使得企业可以更加平稳地进行发展。

1. 针对市场风险的有效对策

自然环境恶化是人为不可干预的,因此,想要规避市场风险,那么需要在供电设备上下手,采取先进的供电设备,提升供电设备抵抗自然自嗨的能力,这在很大程度上可以降低电力营销中心存在的电力风险,确保用电企业的稳定以及健康用电。同时,因为电力供需矛盾的存在,供电企业需要积极运用各种手段,根据社会环境的不同来调控电力供需矛盾。当用电企业以及用电居民存在着浪费电量的现象,供电企业需要鼓励居民节约用电。比如采用先进的家庭电器,养成良好的用电习惯等等,这些都可以有效降低供电企业的电力营销风险。

2. 针对法律风险的有效对策

供电企业常见的法律风险是电费纠纷风险。尤其是用电企业与供电企业在用电量上的意见出现不统一时,该种风险出现的几率大幅度增加。为了有效规避此种风险,供电企业可以在用电方安装先进的计量设备,方便用户自己查看用电量,从而选择性的控电。当有了先进电量计量设备作为依据,供电企业可以避免用户欠电费而无法寻求法律保障的问题。同时,供电企业还应该是时代发展相适应,强化用电企业的法律意识,完善供电企业人员的用工合同,在一定程度上解决员工因为设备管理、市场营销而带来的身体伤害。企业为了更好的发展,还应该对供电企业员工进行安全培训,提升他们的安全意识以及职业技能,防止因为操作失误而出现身体损害,这同样是在规避供电企业所面临的风险。

3. 针对政策风险的有效对策

电力企业需要引进先进的管理人员,改善当前电力企业落后的管理模式,构建全新、先进的企业管理制度,借助考核、奖惩等制度的实施,可以显著提升企业的整体效率,进而强化电力营销人员的竞争意识以及危机意识。同时,企业还需要加强对于财务部门的管理以及监督,从而不断地提高会计部门数据的真实性、可靠性,这有助于管理人员进行正确的决定,促进供电企业竞争实力的增强。另外,宏观环境对于供电企业的影响是巨大的,因此供电企业应该不断地了解国家对于供电企业的政策以及国家对于供电企业的未来政策,不断地使自己的运营契合国际政策,从而为供电企业自身的发展营造一个良好的外部环境,这将有助于促进供电企业内部运营的正常运行。

四、结论

管理供电企业的电力营销风险,降低意外的发生,是发展供电企业和提高经济效益的重要途径,也是供电企业的日常核心工作,企业内部的工作效率和能力不仅得到发展,对我国电力事业的发展进步有着非常重要的意义。供电企业的电力营销风险在自己进行调控的同时还被国家电力相关部门监管着,这是有助于我国电力事业的发展和良好建设,电力营销风险的有效管理促进了我国电力行业的建设和持续性发展。在电力企业内部,通过建立有效的规章制度来规避电力营销的风险,加强电力营销人员的风险意识,提高工作人员的职业素养,协助他们能够对电力营销风险处理的更加得心应手,保证用户的用电安全,提高电力营销工作人员的服务质量和服务态度,做好电力营销的售后管理和维护,从而提高企业在电力行业的声誉和竞争力,增加企业的经济收入和效益,供电企业的发展和进步离不开对电力营销风险的规避。

参考文献:

- [1] 王文杰. 浅谈供电企业如何加强电力营销的风险管理 [J]. 中国民商, 2018 (12): 35.
- [2] 梁成. 供电企业电力营销风险管理的管控措施分析 [J]. 企业改革与管理, 2018 (19): 101-102.
- [3] 沈波. 供电企业电力营销风险防控管理对策 [J]. 发明与创新 (大科技), 2018 (08): 39-40.
- [4] 王宏涵, 马骥. 加强电力企业电力营销中电费回收风险的管控 [J]. 科技创新导报, 2017, 14 (26): 167-168.
- [5] 陈云燕, 郎柯峰, 高静, 陈丽芳. 基于供电企业电力营销风险管理的研究 [J]. 黑龙江科技信息, 2017 (07): 280.