

论电力营销管理中的经济效益

张颖

国网安徽省电力有限公司砀山县供电公司

DOI:10.32629/ej.v1i3.57

[摘要] 现阶段,我国电力营销模式无法充分满足经营的需要,社会生产生活需要更多的电力资源支持,且电力基础设施建设还需要不断改进和完善,电力营销管理也需要不断优化。本文主要分析了电力营销的新方向,探讨了电力营销过程中影响经济效益的因素,提出了完善电力营销管理,提升经济效益的有效策略,以供参考。

[关键词] 电力营销;生活需要;电力资源;经济效益

经济效益是衡量一个企业营销战略科学性的重要指标。单纯以销售额判断电力企业营销水平不够全面,也缺乏合理性。所以在电力企业营销工作中,一方面要重视市场销售工作,另一方面还要建立完善的营销服务体系,以项目管理带动营销策略的优化和调整,从而有效增强电力营销的灵活性,大大提高企业的经济效益。

1 电力市场营销新方向

电力营销改革新方案中提出了网售分开政策,同时提出了新型的电力营销理念。发电计划、电价等多个环节都有向市场开放的趋势。以我国现阶段的供电实际来看,电力营销工作改革具有可行性,而且其也是时代发展的基本要求。电力市场发展,应科学认识电力市场的基本营销观念。并全面结合市场环境对电力营销予以科学分析,从而带动我国电力事业的建设与发展。再者,电力营销人员在日常工作中也应积极增强自身的职业能力,熟练掌握计算机网络技术,进而为用户提供更加高质量的电力营销服务,提高电力营销的效率。

2 电力营销管理中影响经济效益的因素

2.1 电价

在我国,电力生产主要有两种方式,一种是火力发电,一种是水力发电,风力发电虽然在我国也有所应用,但是应用的范围较小。火力发电是利用煤炭燃烧的热量并将热能转化为电能的发电形式。但是火力发电会受到煤炭价格的影响,因此煤炭价格的变动也会引发电价的变动。如用电需求增加必然会加大对煤炭的需求量,煤炭市场会由买方市场转为卖方市场,煤炭价格也会因此上升,电价也会随着煤炭价格的上升而不断上涨。电力是社会生产生活所必需的资源,因此原则上电价应保持在相对平稳的水平。但是很多电力企业发展中煤炭价格差异较大,企业若不变动电价就会面临亏损的风险。与此同时不同电厂采用不同的发电方式。例如,我国西部地区电力供应不足,其他地区电力供应状况良好,这一发展现状也是电价波动较为明显的主要原因。

2.2 管理制度

完善的管理制度可促进电力营销企业的健康发展。但是当前,我国的部分电力企业在发展中并不十分重视电力营销

管理工作,使得电力企业内部也没有建立较为完善的管理制度,电力企业现有制度无法充分满足电力营销工作的需求。在管理制度中并未明确电力营销的主要竞争主体,这也使电力企业发展过程中无法满足后续工作的基本要求,阻碍了电力营销工作的顺利开展。

2.3 管理人员的素质

电力营销企业与其他企业存在着十分明显的差异,管理人员应系统学习电力营销管理的理念和方法。且充分利用电力相关因素分析电力营销发展的基本情况,科学预测电力营销工作未来的发展趋势,进而有效发挥电力营销管理控制的积极作用。但是我国很多电力营销企业当中的管理人员无法很好地适应管理工作的基本要求,故而在电力营销中也出现了管理控制不利的问题。而电力营销管理人员是关系企业发展的重要因素,若无法有效地对其进行管理和控制,就会严重影响企业的经济效益和投资效益。

3 完善电力营销管理,提升经济效益的有效策略

3.1 树立全新的电力营销管理观念

企业发展进程中离不开发展理念的更新。在电力营销发展中,营销理念也直接影响着企业的管理。故而电力企业在发展期间需要充分结合企业的实际情况不断改进和完善企业的基本发展理念,从而积极树立新型的营销管理观念。电力营销管理人员应以身作则,积极更新管理观念。尽管电力企业是一个传统的企业,但是其管理模式也应随着时代的发展而不断调整和更新,从而全面满足电力企业现代管理的基本要求。另外,电力企业在发展的过程中还要优化企业的内部结构,保证企业的管理结构满足经济发展的基本要求。且电力企业的员工在日常工作中也需积极转变自己的思想观念,而若要实现这一目的,就必须要求管理者在日常工作中积极制定并执行多个新型的应用制度。在企业管理中融入并渗透新型的管理观念,为员工树立新的思想观念,确保员工的理念与企业的理念相吻合,增强企业的向心力,促进企业的迅速发展。

3.2 改变传统的发电模式

在火力发电的过程中,煤炭的价格对电价会产生较为显著的影响,同时火力发电会增加资源消耗,造成明显的环境

污染,不利于电力的可持续发展。因此国家需要出台相应的措施和政策减少火力发电所占的比重,大力提倡水力发电和风力发电。这是因为水力和风力是清洁的可再生资源,而且在我国拥有丰富的资源基础,这类资源在发电过程中不仅可产生较高的经济效益,还可实现良好的环保效益,与火力发电相比,风力发电和水力发电的经济效益更具优势。不仅如此,电力产业在转变发电模式后能够稳定电价,也可减少发电过程中对环境的不利影响,具有较高的综合效益。

3.3 积极完善管理制度

在企业运行的过程中必须建立完善的管理制度。企业需正确认识当前经济发展的基本形势,充分结合企业实际制定针对性的管理制度和管理方式。同时电力营销管理工作对管理者的综合素质有着较高的要求,其一方面要了解经济管理方面的知识,另一方面还应了解电力专业技术领域的内容。因此,在电力营销管理中,电力企业务必合理利用先进的技术进行全面的分析,积极融合经济管理与电力专业,从而推动电力企业的快速、平稳发展。

3.4 加大风险管理力度

现阶段,市场变化十分迅速,所有的决策和营销行为都存在着不同程度的风险。所以,风险管理也是项目管理工作中心必须要高度关注和重视的内容。项目实施后,管理人员要对前一时期的营销行为进行归纳和总结,开展绩效和市场反馈分析,然后再采取有效措施调整企业营销行为偏差。在风险分析中如发现较大的风险或隐患,要及时采取有力的风险管理措施。合理细化工作任务后,市场部的经理应收集整理市场营销信息,并在项目完成后签署文件。本文中所述的绩效,其并不是指达到预期的绩效而是指营销的总体效果达到了预期目标。如果某一期限内没有达到营销预定目标,但相关部门依旧希望通过营销手段提高营销的经济效益,而对市场行为肆意改变,则会对企业的运营与发展产生不利影响,甚至还会阻碍企业开拓市场。对于这一问题,必需回顾分析整个电力营销过程,对每一个阶段任务的完成情况予以分析总结,找到没有完成任务的主要原因,从而决定项目是否继续开展。

3.5 合理借助品牌效益,科学制定宣传策略

供电企业在发展中应树立健康的企业形象,并且还要树立自己的企业文化,加大企业文化宣传力度,提高企业的文化实力。为此,企业要致力于品牌打造,树立良好的企业形象。

另外还要以国家环保能源政策为契机进入到市场。之后再以消费者的心理作为切入点,举办多种社区宣传活动,普及清洁电能的基本特点,扩大群众基础。

3.6 制定完善的产品优化策略

质量有保证的产品是企业建立并维护练好企业形象的关键,在企业发展的过程中需积极提高电能的质量。具体措施为:第一,供电企业应在有条件的情况下选择低能耗设备。若已有既定产地,则要结合生产需求和设备实际改进设备,选择低能耗,高效率的设备,进而从源头上保证电能的质量。第二,在电能传输中,需积极完善已有的电网,改进原有的电网结构,从而不断提高电能传输的质量,达到维护老客户,吸引新客户的目的。

3.7 采取差别定价策略

社会生产生活中,人们对电能的需求量明显增加,但是每一个企业和家庭在用电量上存在着十分明显的差异,没有经过开发利用的电能是一种不可再生资源。而从某个角度来看,电能本身为不可再生资源。人们对电能需求存在着较大的个体差异。为了提高电能的利用率,可采取差别定价策略。差别定价主要是指按照企业、家庭的用电量采取灵活的阶梯式定价方式,积极响应我国可持续发展的战略方针。

4 结语

如今企业的竞争越来越激烈,企业若要在这一社会大背景下获得更好的发展,就必须采取有效措施建立科学完善的营销体系,积极落实和优化电力营销工作,其也是提高企业经济效益的有效途径。现如今,电力体制改革正如火如荼进行,在电力营销中,项目管理也成为了电力营销中不可忽视的环节。但在这一过程中必须注意的是,电力企业需正确认识市场发展的基本形势,充分结合自身发展实际不断完善营销工作,建立科学的营销体系,从而不断优化企业电力营销系统,促进电力企业的健康发展。

[参考文献]

- [1]赵亮.浅谈新时期电力营销管理市场的营销管理策略[J].科技经济导刊,2018,26(25):238.
- [2]陈潇.电力营销管理存在的问题及解决措施[J].农电管理,2018,(11):47.
- [3]耿冲.电力营销管理中存在的问题及对策[J].科技创新导报,2017,14(31):175-176.