

如何提高农村供电所电力营销管理水平

陈俊生

国网福建省电力有限公司南安供电公司 福建泉州 362300

【摘要】中共中央、国务院《关于进一步深化电力体制改革的若干意见》(中发[2015]9号)明确规定电网企业应无歧视地向售电主体及其用户提供报装、计量、抄表、维修等各类供电服务,按约定履行保底供应义务,确保无议价能力用户也有电可用。农村供电企业是我国电力工业的重要组成部分,基于此,本文简要分析了我国农村电力营销管理工作的现状及存在的不足,并给出了一些改进建议,以供参考。

【关键词】农村; 供电所; 电力营销; 管理

1 农村电力营销管理的现状

1.1 业扩报装趋于规范

在探讨农村电力营销管理的当前态势时,不难发现业扩报装流程的规范化趋势日益显著,深刻反映了对电力行业成长脉络和农村经济发展需求的精准把握,同时也彰显了对电力供应安全性和服务品质的持续关注。随着规范化水平的稳步提高,业扩报装所涉及的审批、安装、验收等多个关键环节均被置于更为严格的监管之下,以切实保障新增设施的质量与安全性。各级管理部门积极作为,通过建立完善的审批机制、强化对施工单位的督查力度等手段,持续推动业扩报装工作的规范化进程,力求实现更高水平的服务与管理。

1.2 抄、核、收管理得到加强

在农村电力营销管理的新时代背景下,抄表、核算和收费等关键环节正迎来一场深刻的革新,其强化程度前所未有。这一变革是科技进步与管理创新相互融合的必然产物,对于提升农村电力服务水平与经济效益具有深远的影响。传统的抄表方式主要依赖人工操作,效率低下且易出错。然而,随着信息技术的迅猛发展,管理部门纷纷引入智能抄表系统,这一变革显著提升了抄表工作的准确性和效率。这些系统利用先进的物联网技术和大数据分析,实现了远程自动抄表,不仅能实时监控电力数据,还能自动分析用电趋势,为电力资源的合理分配提供了有力支撑。传统的核算和收费流程繁琐复杂,往往存在漏抄漏核等问题。如今,通过引入智能核算系统和在线支付平台,核算

和收费工作变得更为规范和透明。智能核算系统能够自动完成电量计算、费用结算等任务,有效减少了人为错误;在线支付平台则为用户提供了便捷的缴费方式,进一步提升了用户满意度。

1.3 计量装置管理受到重视

农村电力营销管理中,计量装置的管理逐渐凸显其重要性。这一装置作为电力计量与结算的核心环节,直接关系到用户的电费支出与电力企业的经济收益。为确保计量装置的精准性与稳定性,管理部门正加大对其检测与维护的力度。此外,计量数据的监测与分析工作也备受关注,旨在迅速识别并解决计量装置可能存在的潜在问题,从而保障电力供应的质量,维护用户的合法权益。

1.4 职工用电时能够比较严格地自我约束

在农村电力营销管理现状中,职工用电行为的自我约束逐渐受到重视。作为供电企业的组成部分,职工的用电行为直接关系到企业的经济效益和形象塑造。为此,管理部门已加强对职工用电行为的培训与教育,旨在强调节约用电的重要性,并倡导绿色低碳的生活方式。同时,为确保用电行为的合理性与经济性,已建立完善的用电监管制度,对职工用电行为实施严格的管理与监督,从而为企业的可持续发展提供坚实保障。

2 农村电力营销管理存在的问题

2.1 供电所窗口工作人员业务水平较差

在深入剖析农村电力营销管理时,供电所窗口工作人员业务水平的不一致性是一个显著问题,不仅削弱了服务

质量与客户满意度，还阻碍了农村电力市场的稳健发展。因此，当前农村电力营销管理亟待解决的重要课题之一便是提升供电所窗口工作人员的业务水平。农村电力市场具有其特有的复杂性和多样性，要求供电所窗口工作人员具备深厚的业务素养。然而，目前部分工作人员对电力市场的理解尚浅，难以有效捕捉市场动态和客户需求，这不仅导致了服务响应的滞后，也限制了农村电力市场的拓展。因此，首要任务是加强对电力市场知识的培训，使工作人员能够更敏锐地把握市场动态，从而提升其业务水平。电力产品和服务知识的匮乏也制约了供电所窗口工作人员的业务水平。在向客户提供咨询和建议时，工作人员需要全面、准确地掌握各类电力产品的特性、优势和使用方法。然而，现实情况中，部分工作人员在这方面知识储备不足，难以为客户提供专业的建议，既影响了客户的消费体验，也损害了供电所的形象。因此，加强对电力产品和服务知识的培训，提高工作人员的专业素养，成为提升业务水平的另一关键举措。

2.2 管理手段落后

随着时代的不断演进与科技的飞速发展，管理手段的更新与进步已经逐步成为推动组织前行的核心力量。在信息化、全球化的大背景下，市场环境日新月异，竞争也愈发激烈。然而，众多组织依然固守着传统的管理模式，导致决策过程缓慢，难以迅速响应市场的快速变化。僵化的管理模式严重制约了组织的应变能力和市场竞争力，使其难以在激烈的市场竞争中立足。在信息化浪潮席卷的今天，数据已经成为组织运营不可或缺的重要资源。然而，由于管理手段的落后，许多组织仍面临信息传递受阻、数据不准确等问题。这使得决策者无法及时获取准确、全面的数据进行分析，进而影响了管理决策的质量和效果。人才是现代企业的核心竞争力，但落后的管理手段往往忽视了员工的成长和发展，导致员工缺乏创新精神和积极性。这不仅影响了员工的个人发展，也制约了组织的整体进步。

2.3 管理方法陈旧

管理方法的陈旧体现在多个核心层面，对组织的竞争力和创新能力构成了严重制约。具体而言，这些方法往往根植于过时的理论和实践，导致决策过程难以捕捉到当前市

场动态和技术进步的脉搏。同时，这种管理方式往往未能有效激发员工的创造力和积极性，因为它们对新思想和方法的探索缺乏足够的鼓励和支持。此外，陈旧的管理方法与现代信息技术和通讯手段之间存在显著的不兼容性，使得组织在处理信息和沟通效率上处于不利地位。这种管理上的滞后不仅削弱了组织对市场变化的响应能力，而且可能引发人才流失的问题，因为优秀员工更倾向于那些能够提供充满动态和挑战性工作环境的组织，管理方法的陈旧已成为阻碍组织发展和实现长期成功的核心障碍，亟待通过创新和改革来加以解决。

3 农村电力营销管理问题的解决对策

3.1 完善管理机制，加快电网改造的速度

在处理农村电力营销管理问题时，需采取一系列针对性的对策，优化管理机制是不可或缺的一环，包括构建完善的管理体系，如提升窗口服务人员的业务素养，增强管理人员的培训力度，以及建立科学的考核与激励机制，进而提升服务品质与管理效能。其次，应加大投资力度，引进先进技术，提升电网的稳定性和供电能力，确保电力供应的可靠性与安全性。需强化与相关部门间的协作，共同推进电网改造工程，进而提升农村电力营销管理水平，为农村经济社会的发展提供坚实的电力保障。

除此之外，农村电力营销管理还应注重以下方面的工作。一方面，加强农村电力市场的调研与分析至关重要。通过深入了解农村电力市场的需求特征，把握消费者的用电习惯与需求，为制定更为精准的营销策略提供数据支撑。同时，根据市场趋势的预测与分析，灵活调整营销策略，以提升市场竞争力。另一方面，推动农村电力服务创新同样不可或缺。在保持传统电力服务的基础上，积极探索新型服务模式，如开展电力咨询服务、提供个性化电力解决方案等，以满足农村用户的多元化需求。此外，还需加强电力服务的智能化与信息化建设，以提高服务效率与质量。最后，加强农村电力设施的建设与维护同样重要。应增加资金投入和技术支持，强化农村电力设施的建设与维护工作，确保电力设施的安全稳定运行。同时，建立健全的故障应急处理机制，及时响应并处理故障，减少停电时间，提升用户满意度。

3.2 采用合适的价格策略，逐步扩大电力销售的市场

电力营销传统上被视为繁重而复杂的负担，但借助先进的技术手段，比如大数据分析和人工智能预测模型，能够对异常用电模式进行快速识别，从而减轻了人力物力的投入。同时，通过客户关系管理系统(CRM)整合用户信息，实现个性化服务与精准营销，进一步增强用户体验，提升市场竞争力。为解决农村电力营销管理问题，采用合适的价格策略是一项重要的对策。应通过市场调研和用户需求分析，确定适合农村市场的价格策略。可以采取差异化定价策略，根据用户类型、用电量等因素制定不同的价格政策，以满足不同用户群体的需求，拓展新的用户群体和市场空间。通过加强与农村企业、农户、乡村旅游等相关行业的合作，推动电力使用需求的增长，扩大销售市场规模。同时，还可以利用互联网和新媒体平台，开展线上销售和宣传推广，提升电力产品的知名度和市场份额。

3.3 加强对员工的培训，提高员工素质

为应对农村电力营销管理中的挑战，加强对员工的系统培训显得尤为关键。制定一个详尽且全面的培训规划，内容应涉及电力行业知识、服务技能的提升以及先进管理理念的灌输，这样有助于提升员工的专业素养和工作效能。同时，需依据员工的具体状况与工作职责，精准设计培训内容与方法，通过讲座、专题培训班以及实地操作演练等多种形式，使培训更具针对性和实效性。此外，还应建立完善的培训效果评估机制，对员工的培训成果进行客观评价，并基于评估结果对培训方案进行及时的调整与优化，以保障培训工作的连贯性和高效性。通过这一系列举措，员工的专业技能和服务水平将得到显著提升，同时还将强化其团队协作精神和责任意识，从而为农村电力营销管理的提升奠定坚实的基础，为电力企业的长远发展提供坚实的人才保障。

3.4 严格规范管理，千方百计增产增效

为应对农村电力营销管理面临的挑战，实现有效管理与增产增效的双重目标显得尤为关键，管理层应当构建严格且系统的管理制度与规范流程，确保各项工作得以有序、高效地执行，从而增强管理的科学性与规范性，通过加强

对各个环节的严密监督与细致检查，旨在及时发现并纠正潜在问题，避免管理漏洞与失控现象的出现，还应注重优化资源配置，致力于提升生产效率与资源利用效率，实现产出的稳步增长与成本的合理控制，积极推进技术创新与管理创新，引入先进的技术与管理理念，以增强企业的核心竞争力与市场影响力，进而推动电力企业的稳健发展，为农村经济社会的繁荣与进步贡献更大力量。

3.5 更新观念，积极培育竞争意识和营销意识

为了有效解决农村电力营销管理面临的挑战，必须更新传统观念，积极培养员工的竞争与营销意识。管理层应率先垂范，引导员工深刻认识到市场竞争的严峻性，清晰把握电力行业的发展脉络与趋势。此外，需深入开展培训与教育活动，以提升员工的职业素养与业务能力为核心，着重培养他们的竞争与营销意识。通过理论学习、案例分析以及实践操作等多种方式，员工对市场需求的敏感度与洞察力将得到显著提升，从而激发其创新精神与进取心。同时，应建立完善的激励机制，鼓励员工主动参与市场竞争，积极开拓市场，为企业的持续发展贡献力量。通过观念的更新与竞争、营销意识的培育，员工整体素质与竞争力将得到全面提升，进而推动农村电力营销管理的转型升级，为电力企业的长远发展奠定坚实基础。

4 结语

通过不断提升农村供电所的电力营销管理水平，确保广大农村地区的居民享受到稳定可靠的电力服务，能够提高农民的生活质量，促进当地经济的发展和农业现代化进程。未来，随着技术的不断进步和管理经验的积累，应继续探索更高效、更智能的营销策略，以适应农村地区不断变化的需求，为农村的繁荣发展提供坚实的能源保障。

参考文献：

- [1]解翔.提高农村供电所电力营销管理水平之浅探[J].农村电工,2017,25(09):15.
- [2]刘贻允.电力营销管理在降低农村低压供电线路损方面的运用[J].通讯世界,2017(10):151-152.
- [3]刘东超.农村供电所营销水平提高措施[J].民营科技,2016(12):110.