

# 供电企业电力营销风险及管控探讨

张翀

国网河南省电力公司南阳供电公司

**[摘要]**供电企业在市场的一系列变革之下，现已转变为自由竞争的运行模式，在这样的模式之下，企业对于用户的需求就开始变得重要。基于此如何服务好企业用户，就是提高用户对企业的信赖的关键，对此需要采取相应的管控手段，使得企业服务质量能够满足用户的需求。

**[关键词]**供电企业；电力营销风险；管控

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.664

## 1 进行电力营销风险管理的意义

### 1.1 提升电力营销规划执行的效率。

通过对电力营销过程的风险因素管理，能够将各环节责任人的职责明确化，并简化管理的行政流程，提升供电管理的执行与管理效率。在风险管理体系的推动下，电力营销会向着科学化、透明化和规范化方向发展，大大促进了供电投资计划与财政预算管理的精准程度，有效避免了可能出现的项目审批漏报、误报等情况。

### 1.2 提升供电企业的经济效益。

供电企业中所需进行的营销工作种类较多，但是可使用的资金却有限，这使得电力营销的资金额不充足，通过风险管理体系的构建，能够结合运营情况和实施状况进行资金的合理运用，促进了营销全过程的规范化与透明化，同时又可为后期成本核算、项目增减以及策略优化等提供指导方案。

## 2 供电企业电力营销风险分析

### 2.1 市场风险

供电企业的市场营销风险主要包括电价风险、电量风险、电费风险等三部分组成，相对来说电费的风险比较突出。①电价风险。主要体现在电价收费的标准上是否存在统一；②电量风险，主要指的是电量工序的平衡风险上；③电费风险。主要指的是用户电费的回收风险，电费的风险相对来说也较为复杂，主要分为以下几方面：电费的核算风险，主要是在供电企业进行电费核算的过程中，并没有按照国家电价规定的标准来及时调整电价，使得核算结果与规定的有着一定的出入，很多用户以此为由拒绝对电力公司进行电费缴纳；抄表风险，主要体现在抄表工作人员的工作上，工作中出现的抄表失误，而用户则将实际用电量与抄表电量的不一致情况作为拒绝缴纳电费的主要理由；故意欠费的风险，主要指的是用电的大客户，因为资金的限制，如，资金周转不开的情况不缴纳电量费用，还有一些大客户以改制、破产等形式实施偷电和盗电，对供电企业的电力营销造成极大的经济损失。

### 2.2 服务风险

在竞争体制下，企业的健康发展离不开高效优质的服务，电力商品因其特殊性更需要优质的服务输出，这样在电力营销中必然会形成服务风险，主要包括：服务规范风险、服务质量风险和服务安全风险。①服务规范风险。目前供电企业的服务标准相对比较完善，但是在执行这些服务标准的过程中是否按照标准的程序进行，服务意识是否达到必要高度等都构成了服务规范的风险。②服务质量风险。服务质量风险主要体现在是否及时处理用户对服务质量的评价以及合理化的建议，是否认清电力服务范围，是否提供了高效优质的服务等。③服务安全风险。主要体现在供电企业的服务是否建立在供用电双方具备安全合同的基础上，同时是否建立了电力用户的安全防范措施。

### 2.3 政策和法律意识风险

当前社会，经济发展迅速，电力企业也就成为最主要的企业，在推进社会进步的过程中起到不可替代的作用。国家在供电方式、价格、安全设施等方面进行调节，并在这些方面具有决定性。当前我国的电力方面的规章制度还不健

全，再加上企业自身对法律意识的淡薄、社会对相关法律法规的认识不足，直接影响着电力企业的营销效果，使其达不到应具有的水平。

## 3 供电企业电力营销的风险管控

供电企业电力营销风险管控措施较多，这里仅探讨几项较为有效的措施。

### 3.1 电费风险的控制

要建立电费风险评估与控制体系来降低电费风险。这需要相关供电企业在电力营销期间具有良好的控制力，要确定好管理人员，并且保证信息的完整性，尽可能为风险评估提供准确的数据。另外，还需要管理人员达到一定的技术水平，并且要保证业务量。如果具备了上述几点，则电费风险就可以被牢牢控制在较低的水平。目前，比较理想的方法是把网络大数据同风险管理结合在一起，以便提供更好的技术、信息支持。落实到更具体的操作办法有以下两点：①建立风险评估和管控系统；②手机上的相关数据在风险评估和管控系统下进行原始数据筛选，并针对相关数据做出实际部署。

### 3.2 加强电力营销稽查工作的执行力

凡是工作的开展都需要执行力来约束，正所谓“没有规矩不能成方圆”，电力营销风险评估工作的监督力度所需力量巨大，要做到电费预估算、电价控制和营销稽查三方面的科学结合不容易，通过开展电力营销风险的稽查工作，能将一些可预见的风险防患于未然，有利于供电企业的可持续发展。在实际稽查过程中，要切实做到对用户的用电情况做到详尽的记录和排查，以便有据可依及时规避偷电行为的发生，使供电企业的经济效益得到最大化。

### 3.3 打造专业的电力营销团队

在整个电力营销过程中，从抄核收到电费的回收再到供电服务都需要专业负责的营销人员的支持。供电企业必须重视电力营销人才队伍的建设与培养，要积极培训企业内部的技术人员，使他们在不断强化自身技术本领的同时，加强营销组织培训，使他们逐渐顺应社会主义市场经济，掌握营销技巧，提高他们的综合素养，使他们一方面能够凭借专业技术为客户提供到位的服务，另一方面也要具备较强的营销素质，能够对市场形势、国家政策等作出敏感的预测和反应，及时采取风险管控措施，抵制风险的出现。

## 结束语

供电企业身为一国发展不可或缺的重要力量，对我国的发展和居民生活质量的提高有着非常关键的作用。在供电企业不断创新的背景下，电力营销策略也要与时俱进，只有对电力营销企业的风险进行及时地评估和预测，及时采用合理有效的方法来规避营销过程中的不足，才能提升供电企业的服务质量和效率，为使用者的合法权益保驾护航。下面将对目前电力营销风险的现状进行分析。

## 参考文献

- [1] 黄倩婷. 供电企业电力营销风险管控分析[J]. 科技视界, 2018(33): 175-176.
- [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.