

电力营销项目管理闭环风险控制探讨

郝王翔

国网四川省电力公司自贡供电公司

摘要：当前我国经济发展迅速，各行业内部竞争十分激烈，电力企业面临着全新的发展形势。为了全面提升竞争力，必须将重点放在电力营销项目的风险管理与控制方面，随着“三集五大”体系的顺利实施，以及“智能电网”的大规模建设，电力营销项目方面的投资越来越大。因此，一定要深化管理，找准当前风险管控存在的问题及原因，制定出可行的对策，提高项目管理水平。基于此，文章简单阐述了电力营销项目管理的重要性，分析了当前该方面工作存在的问题，并提出了闭环风险控制的相关对策，仅供参考。

关键词：电力营销；项目管理；闭环风险控制

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.05.111

和其他项目相比，电力营销项目具有一定的特殊性，项目周期长、专业性强、质量影响因素比较多、管理难度大，对管理队伍的稳定性、综合素质等有着较高要求。从业人员必须要不断学习，补充知识，积累经验，强化自身素养，提高专业水平，以满足项目管理需求，为电力企业发展贡献力量。

一、电力营销项目管理的重要性

电力营销项目管理的重要性在于其全过程监督和科学有效的管理方式，这两个方面共同为企业带来全面的益处。

首先，电力营销项目管理通过对项目实施的全过程监督管理，确保了项目的安全、可靠和稳定运行。这包括对项目规划、执行、监控和结束阶段的细致管理，以保证项目各个环节的顺利衔接和协同工作。通过严格的项目监督，能够及时发现并解决潜在的问题，确保项目质量满足要求。这种全程管理有助于提高企业在电力行业的竞争力，为企业在市场中树立可靠的品牌形象。其次，科学、有效的管理方式可以显著缩短电力营销项目的建设周期。通过合理规划、资源优化配置以及风险有效控制，项目管理团队能够更加高效地推动项目的实施。缩短建设周期不仅有助于提前实现项目收益，还能降低项目实施过程中的不确定性和风险。同时，有效的管理方式还能够节省整体成本，使企业在项目中取得更好的经济效益，最终实现收入的最大化目标。

最重要的是，电力营销项目管理不仅仅关乎项目的成功实施，更能够在企业层面形塑良好的形象。通过高效、负责任的项目管理，企业能够展现其专业能力和对客户利益的关注。这有助于增强企业在行业中的声望，吸引更多潜在客户和合作伙伴。因此，电力营销项目管理的重要性不仅体现在项目层面的成功，更在于为企业的可持续发展打下坚实的基础，为未来的业务拓展提供有力的支持。

二、电力营销项目管理存在的问题

（一）用电市场方面

一是电力产品具有单一性，如果无法适应快速变化的市场，那么企业的市场占有率也就会变低；二是依然沿用了传统的电力营销手段，没有与时俱进，不断创新；三是太阳能、天然气等可再生能源的广泛应用，某种程度上取代了电能，对电力市场发展造成了一定阻碍；四是国家在新能源市场方面的投入越来越大。

（二）电力营销项目质量低下

总体上来看，电力营销项目质量有待提升，很多细节工作不到位，管理人员、施工人员为了追赶工期，省略部分施工步骤，导致项目存在安全质量隐患。如果甲方判定质量不合格，要求返工返修甚至是重建，不仅会延长工期，增加人力物力投入，还会严重影响企业的口碑和社会形象。

（三）供电合同管理

首先，供电企业的合同签订环节涉及很多步骤和程序，参与人员数量多，但并没有安排专人进行保管。其次，合同中很少有关于电力营销项目质量的内容，多以经济、成本等条款为主，导致合同签订不规范的情况时有发生。最后，合同签订之前没有全面进行检查，签订之后的监督工作也不到位，并未关注电力营销项目的落实情况，使得管理方面具有很强的随意性，影响项目质量。

三、电力营销项目管理闭环模型

（一）项目规划阶段

在电力营销项目管理闭环模型的项目规划阶段，关键任务之一是有效地识别和分析潜在风险。首先，项目团队需要进行全面的风险识别工作，包括但不限于市场风险、技术风险、法律合规风险等。这可能涉及与行业专家、利益相关者和团队成员的广泛讨论，以确保全面覆盖可能影响项目成功的方方面面。随后，项目团队应

利用定量和定性的分析方法对识别的风险进行评估。这包括确定风险的概率、影响程度和紧急性等因素，以建立风险的优先级。这一阶段还应制定详细的风险应对策略和计划，以确保在项目的后续阶段能够迅速而有效地应对可能的风险事件。

（二）项目执行阶段

在项目执行阶段，实时风险监控变得至关重要。项目团队需要建立一套有效的监测机制，以监视各项项目活动中出现的风险信号。这可能包括实时数据采集、指标监控和关键绩效指标的跟踪。利用先进的信息技术和数据分析工具，可以实现对电力营销项目各方面的实时监控。同时，项目执行阶段要求实时而灵活的风险应对措施。一旦出现风险事件，项目团队需要迅速做出反应，采取预先制定的应对措施。这可能涉及资源的重新分配、合作伙伴的调整、市场战略的灵活调整等，以确保项目的整体目标不受较小的问题影响。

（三）项目收尾与总结

在项目完成后，项目收尾与总结阶段是风险控制闭环的最后一环。项目团队应该进行全面的风险总结，包括对整个项目生命周期内发生的风险事件的回顾、各项风险应对措施的效果评估等。这个阶段的关键目标是从项目经验中学到教训，为未来的项目提供宝贵的经验教训。在风险总结的过程中，项目团队应该明确成功的因素和导致问题的根本原因。通过这一分析，团队可以识别出哪些风险应对策略取得了良好的效果，以及哪些方面仍有改进的空间。这种学习和总结的文化有助于不断提升团队的风险管理水平，为未来的项目提供更为可靠的支持。

四、电力营销项目管理闭环风险控制内容

（一）P-Plan计划

1、做好项目调研

很多电力营销项目在立项初期都没有做好充分的准备工作，信息沟通不顺畅，也并未向有经验的单位和个人请教，这就容易出现两个极端，一是项目重复开发，二是部分课题无人研究，前者会造成大量资源浪费，后者则会出现研究不全面的情况。因此，电力营销项目立项时，要加大宣传力度，鼓励全员积极参与其中，展开充分、深入的调研，明确实施计划，提前做好充分的准备工作。

2、做好项目物资计划工作

物资电力营销项目得以顺利开展的重要保障，必须要制定科学、完善的计划。项目负责人应当统筹全局，充分考虑到物资采购、运输、储存、使用等各方面的情况，安排专人做好管理，严格把控细节工作。遵循按需

采购的原则，提高物资利用率，避免造成浪费。

（二）D-Do实施

1、加强人员安全意识宣传教育

思想是行动的先导，项目管理人员是否具备足够的安全责任意识，是项目生产工作水平的重要影响因素之一。电力营销项目实施阶段，要加强对项目管理人员的培训和思想教育，全面普及科学的管理方法与先进理念，以发生过事故作为反面案例展开分析，起到警示作用，全面提升管理人员的防护意识，避免各种安全隐患。

2、规范施工合同管理

做好考察工作，对投标单位的能力、工作经验、背景、身份、从业资格等各方面进行全面调查，确保符合项目开展的要求。合同审查的主要目的在于，及时发现合同条款中存在问题的部分并加以改进，首先应当明确主体问题，确保合同当事人的身份、资格等符合要求。从施工合同主体资格审查的角度来看，签约之前就应该调查施工方的实力、信用等情况，避免后期出现风险。

3、制定统一的施工规范

电力营销项目实施过程中，所有工艺都要有明确的技术标准和规范，可提前对项目的结果作出预测和模拟，查看落实阶段容易出现的问题，以免出现返工情况，避免增加不必要的成本投入。项目管理方面，负责人要善于分析、善于提炼，总结经验，确保按照统一的标准施工，确保项目“内外兼修”。

4、控制项目成本

成本是电力营销项目管理中需要关注的重点内容之一，这也直接关系到项目的质量和实施效果，也是管理人员能力的体现。应当深入挖掘项目负责人的潜能，采取一套具有特色的成本控制措施，结合设计图纸、施工方案、项目特点、规模等各方面情况，安排技术人员做好现场调研，以保证设计施工方案的经济性与实用性，实现效益最大化的目标。

5、完善项目结算机制

在电力营销项目合同中就要提出明确的规定，确定好先审计后结算的内容，扣除质保金之后，预留部分尾款待审计核定价款后予以支付，不仅提高了施工单位的配合度，而且还能够降低电力营销项目实施过程中遇到的各种风险。

（三）C-Check检查

在项目实施过程中，必须要进行全程的监督和检查，主要是因为电力营销项目的实施面非常广，很多人员的专业素质参差不齐。为了避免管理混乱、项目无法落实等情况，立项之后一定要对各个细节进行严格把

控,提高实施效果。

(四) A-Action反馈

1、加大综合素质能力培训

所有参与电力营销项目的人员,都必须接受专业、严苛的培训,夯实理论知识基础,提高自身能力。项目管理人员要了解管理要点、要求、重点、难点,提升人际交往能力,定期开展专业化分析,评估项目实施情况。同时可广泛开展QC小组活动,让所有实施人员自我督促、相互监督,强化创新意识和能力。

2、加强人才管理

一是项目管理人员必须要具备高度的责任意识,以及强大的管理能力,以竞聘上岗为主,可推行“流动式”的人才管理模式,营造良性竞争氛围。有能力、有才干的人才将会拥有更为广阔的发展空间,这是挖掘人才潜能的重要手段。二是结合项目的实施情况进行奖励,遵循效率优先、兼顾公平的原则,充分调动人才的积极性。

3、开展项目后评价

电力营销项目实施一段时间之后,对其执行过程、产生的效益、作用、影响等展开科学评估,做好总结,深入分析,得出结论。

五、电力营销项目管理闭环风险控制策略

(一) 制定全面的风险管理计划

在电力营销项目的规划阶段,制定全面的风险管理计划是确保项目成功的关键步骤。团队首先通过广泛的沟通与合作,包括团队成员、利益相关者和行业专家的参与,进行全面的风险识别。这涵盖了项目内在和外部环境因素可能带来的各种潜在风险。随后,团队采用定量和定性的方法,如风险矩阵和概率分布图,对各项风险进行评估,以确定高优先级的风险并明确重点关注领域。

在评估风险的基础上,明确责任分工成为关键,确保风险管理计划的有效实施。团队需要确定谁负责监控和管理每个潜在风险,并规定何时以及如何进行风险变化的汇报。随后,制定详细的风险应对策略和计划变得至关重要。这包括在项目规划中事先设定的响应策略,如避免、减轻、转移或接受风险,并建立具体的行动计划以快速而有力地应对潜在风险。备用计划的建立也是必要的,以便在一个应对策略无效时能够迅速切换到另一种策略。最后,定期的风险审查和更新确保了风险管理计划的实时性和适应性,使项目团队能够灵活而迅速地应对项目生命周期中的各类挑战。

(二) 引入实时监控系统

引入实时监控系统在电力营销项目的执行阶段是确

保对风险的敏感性和实时应对能力的关键因素。通过利用先进的监控技术、数据分析工具以及实时报警系统,项目团队能够以更全面的方式实现对项目各个方面的实时监控。这包括数据采集、指标监控和关键绩效指标的追踪。引入实时监控系统使得团队能够更加迅速地察觉到潜在的风险信号,有机会在问题扩大之前采取及时而有效的措施。这不仅提高了团队对项目执行阶段风险的感知能力,也为实时决策提供了有力的支持,确保项目能够灵活应对动态变化的环境。通过这种方式,实时监控成为项目管理中的一项关键工具,促进了项目执行阶段风险管理的全面性和实效性。

(三) 制定灵活的风险应对策略

制定灵活的风险应对策略在电力营销项目的执行阶段至关重要。这包括在项目规划阶段制定的计划的基础上,根据实际情况和新出现的风险进行灵活调整。灵活性和适应性是应对动态环境和变化的关键。在执行阶段,项目团队应预留余地,允许根据实时监测和评估的结果对风险应对策略进行调整。这可能涉及资源的重新分配、合作伙伴的调整、市场战略的灵活调整等,以确保项目的整体目标不受较小的问题影响。

灵活的风险应对策略的制定还包括建立备选计划。这意味着团队要事先考虑不同风险发生时的备选方案,以应对初期计划的失败或无效。这样的灵活性使得项目团队能够更加敏捷地应对未知的挑战,保障项目的顺利进行。通过这种方式,项目团队能够确保在不同的情境下都能够采取最为适宜和有效的风险应对策略,从而最大限度地降低风险对项目的不利影响。

结语

总而言之,新的时代背景下,电力营销项目管理发生了较大变化,必须要转变传统思想观念,意识到风险控制的重要性和必要性,强化管理意识,形成闭环管理格局,从而提升管理成效,实现电力营销项目目标。

参考文献

- [1]白岩.电力营销工程项目管理的重要性和创新改进研究[J].现代营销(信息版),2020(05):146-147.
- [2]毛鑫,周珊,陈玉萍,许丹宁.浅析电力营销项目可研储备标准化管理理论[J].价值工程,2019,38(28):126-132.
- [3]王伟杰.新型智能化小区电力营销项目管理模式创新研究[J].信息系统工程,2017(10):64.
- [4]徐春光.浅析如何加强电力营销工程项目管理[J].科技风,2017(12):214.