

供电企业营销服务风险防范与预警管理分析

李敏

(国网河南省电力公司永城市供电公司 河南 永城 476610)

[摘要]在社会经济高速发展的背景下人们对电能的需求量不断增加,面对这样的情形电力事业迎来更加严峻的挑战,而供电营销作为电力事业中重要的组成部分对其工作也更加严格。但在供电企业运行的过程当中,还存在营销服务风险,这是不可避免的。电力营销是企业获得可持续性发展的一大手段,在竞争力逐渐增大的今天,供电企业必须加强风险防范意识,做好预警管理,才能将风险扼杀在摇篮处。本文就对供电企业营销服务风险防范和预警管理进行分析,供参考。

[关键词]电力行业;营销风险;管理对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.1155

引言

随着社会主义市场经济的飞速发展,各个行业和领域对电能的需求都大大增加,对于电力供电企业,有必要在保证电力供应稳定的同时提高电力供应服务的质量。对于电力供电企业而言,有必要提高水平。供电业务窗口的优质服务在强调重点,明确重要性的前提下,采取科学措施提高业务窗口的服务质量。

一、电力营销风险的类型

通常情况下,为用户输送电力的经济活动就属于电力营销。为了能够在进行该项活动时,企业需要尽可能满足用户的需求,只有当用户满意时,才可以保证电力企业的实际收益和整体社会效益。然而,在现实生活中,企业在进行营销活动,可能会存在各种各样的不安全因素,整个营销过程充满不确定性,这样就会在一定程度上对活动整体质量造成一定影响,最终结果可能是有利有弊。至于造成这些结果的因素就被称为营销风险,具体包括:电力欠费风险、窃电风险、电力市场风险等。具体来说,大量的电力欠费会使得相关电力企业资金难以周转,出现资金链断裂等现象,提高了财务风险;现实生活中,不法分子进行窃电,导致市场供电秩序紊乱,对社会造成巨大的损失;整个市场环境充满着很多不确定性因素,提高了实际风险。

二、高质量服务在供电营业机构中的重要性

营业服务产品质量无疑是当今国际知识经济发展时代企业市场竞争的重要考核内容之一,只有不断提供更好的营业服务,才能在众多的市场竞争者中脱颖而出,赢得最大的社会效益和企业最大发展空间。为了在电力市场竞争中顺利取胜,供电经营企业必须高度重视供电公司营业厅的各项电力市场营销以及服务管理工作。高质量的供电服务水平有利于促进供电经营企业健康、可持续发展,有利于满足居民客观上保持社会主义经济健康发展的基本需要,保证我国供电企业稳定和保持可持续发展。

三、电力营销风险管控策略

(一) 建立完善的风险管控机制

为了保证整个行业的进一步发展,更好地进行风险防控工作,在实际工作过程中,有效避免出现的各种风险和问题,相关管理部门需要建立更加完善的风险管控体系,保证企业在开展相应的风险管控工作时有据可循。不仅如此,相关部门还需要对人员的调动制定科学合理的方案,同时加强人才培养力度,使工作人员具备更高的工作素质,在一定程度上有利于降低风险的发生频率,保证实际工作质量。就整个行业的发展环境而言,相关部门需要根据实际情况,对于整个市场的发展情况进行科学分析,从而根据论证结果提供更加科学的管理机制,提高实际工作效率。除此之外,对于管理工作中存在的问题而言相关人员需要进一步解决,保证工作的规范性与科学性,从而可以对实际社会效益和资产安全起到有一定保障作用。另外,需要建立专业的监管机制,对于开展的各项工作进行监管,及时发现并解决存在的风险,加大奖惩力度,降低实际经济损失。

(二) 电费回收控制措施

创新电费回收方式。供电企业应改变原有的收费模式,充分利用支付宝、微信、网上国网等网上缴费平台,创新灵活的电费回收方式,拓宽电费缴纳渠道,以满足不同客户群体的交费要求。同时,在供电区域就近设立多个自助缴费机和POS机电费代收点,方便不会上网的中老年客户就近交费。对用电量大的客户,可采取分阶段收费的方式降低电费回收的风险。对农业排灌用电,以及新建小区的居民用电,推广安装预付费卡表,通过“先付费,后用电”的方式,提高电费的回收率,将事后的欠费风险变为事前的可控防范,最大限度地降低电费风险,化解因拖欠电费而引发的一系列问题和纠纷。同时,通过网上、线下触摸屏等查询平台,实现电费信息公开透明,方便客户随时查询用电、办电信息。建立电费回收信用评价制度。倡导建立客户交费诚信黑名单,对列入欠费黑名单的居民用电客户,优先使用预付费卡表实行预购电,有效防范电费拖欠风险。对列入黑名单的企业客户,在办理用电业务时,应对客户资质加强审核,及时了解客户的生产经营状况。对经营状况严重恶化的企业,有必要采取个性化的措施,如安装预付费卡表,以及采取抵押等担保手段防控经营风险,减少欠费损失。

(三) 积极调整用电策略

电力营销是电力企业的核心活动,其关系到企业的整体发展趋势,同样也对企业当前的经济效益有着直接的影响。在电力营销中,要将电网运行作为基准,据此来选用科学有效的管理手段开展实践工作,为用户提供更加专业和人性化的服务保障。随着市场环境的不变化,供电企业应对用电策略做出连续调整,以推动企业体制的快速转变。首先,要针对价格来调整用电策略,即结合用户的用电需求及市场价格来确定最终的价格,打造专属于企业的优势,不断扩大市场占有率。要针对针对电价进行分时的调整,深入分析和预估市场行情,改善当前电力营销存在的缺陷和问题,提升营销水平,创建更为优质和完善的服务体系,确保企业能够持续在市场上占绝关键的地位。

结语

供电企业是与我国各族人民日常生产和居住生活密切相关的组织,是特殊服务性的企业。业务窗口以直接连接用户的服务形式也是最基本的服务形式,一方面要提高该领域的服务质量,一方面可以满足用户的各种电力需求。为了获得良好的企业形象并改善供电服务的质量,对于电力供电企业而言,加强其在这一领域的管理至关重要。必须采取有效对策才能实际实施和改进,提高用户满意度并实现长期发展。

参考文献

- [1]王倩. 刍议供电营业厅电力营销优质服务水平的提升措施[J]. 百科论坛电子杂志, 2019(15): 360.
- [2]胡清波. 供电企业电力营销管理策略与实施措施[J]. 中国科技投资, 2018(04): 155.
- [3]夏桂萍. 解析供电企业电力营销管理策略与实施[J]. 中国电子商务, 2017(11): 115.