

# 供电企业电力营销风险及管控探讨

杨凯

国网河南省电力公司南阳供电公司

**[摘要]**现代社会的供电企业经过一系列的发展改革,现已成为社会市场当中自由竞争的企业之一,在此前提下营销工作的开展就至关重要。供电企业的电力营销工作,包含服务于用户的性质在内,基于此,如何降低用户在营销中的风险,使提高用户体验质量的重要渠道。鉴于此,本文主要分析探讨了供电企业电力营销风险及管控方面的内容,以供参阅。

**[关键词]**供电企业; 电力营销; 风险; 管控措施

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.606

## 引言

随着人们生活质量的提升,对于各个方面也有着比较高的要求,电力用户对于电力服务质量要求也比较高,这就使得电力企业面临巨大的挑战,再加上市场竞争压力的加大、国家制度的完善,电力企业应该从当前的市场发展状态出发,逐渐转变理念,具备较强的营销服务意识,使得电力营销稳定的进行,还应该加强对于电力营销的管理控制,为电力用户提供更加完善的服务,最终实现企业健康发展、社会不断进步。

### 1 供电企业电力营销风险分析

#### 1.1 市场风险

市场风险贯穿着电力企业生产销售的每一个过程,市场可以说是瞬息万变的,当中存在着很多的影响电力企业营销效果的因素,包括自然的外在环境的风险,也包括市场内在的供需变化的风险。自然的的风险主要是天气、气候等因素,比如,发生雪灾,导致输电线路损坏,导致无法正常供电。电力供需矛盾所带来的风险,例如,能源结构分布的不合理,导致某些地方的用电呈现出“供不应求”,但是某些地方却出现“供大于求”等,或者是由于产业结构的不合理,一些地方耗能较高的产业往往对电的需求比较大,导致当地的电网配置无法满足其需求等。

#### 1.2 服务风险

供电企业的成长与企业文化密不可分。供电公司文化越深厚,供电企业为消费者提供的优质服务就越高。在市场竞争体系中,为了提供高质量的供电服务,会在电力营销环节产生服务风险。一般来说,它们分为服务质量风险、服务安全风险和服务标准风险。(1)服务规范风险。根据目前供电企业单位供电标准,部分供电企业单位可以提供更多的标准服务,但在项目实际实施中,一些定量服务没有到位,根本没有采取正确的标准化流程。也就是说,只有进一步优化服务体系,进一步提高服务意识,才能从实践意义上控制服务标准化的风险。

(2)服务质量风险。服务质量风险也是服务反馈风险。用户在提供优质售后服务后,会对整个供电企业单位的电力营销过程进行评估,尤其是服务质量,并提出合理化建议。(3)服务安全风险。服务安全的风险一般是指在供电企业的合同和供电过程中,供应商和买方的合同内容是否可以达成一致,并可为主要供电过程中用户的环境提供相关的安全措施。

#### 1.3 政策和法律意识风险

在我国的社会主义现代化进程中,供电企业属于极其重要的国有企业,在加快社会主义现代化的进程中起到了较为基础的作用。国家为供电企业单位的供电方式、电费价格、基础设施搭建等各个方面进行了导向性安排,起到了决定性作用。在我国,供电企业单位的相关法律、法规并不完善,再加上企业自身对法律意识的淡薄、社会对相关法律的认识不足,最终导致供电企业单位的电力营销整体处于较为恶劣的环境之中。

### 2 供电企业电力营销的风险管控策略

#### 2.1 市场方面控制方法

对于当前供电企业在日常管理中存在的风险问题需要采取必要的措施进行防控管理。市场风险控制方式通常需要深入的分析自然环境影响因素以及电力供需矛盾。自然环境影响因

素进行控制存在较高的难度,对于供电系统造成的损失也是很难确定的,只有通过给系统设备购买保险的方式来降低企业的经济损失。此外,电力供需矛盾风险控制方面,首先要分析近年来电气企业中所需要的资金来实施全面的系统改造和升级。其次,管理部门还需要对系统进行三相不平衡测试,然后进行系统电荷的调节,要将系统中电能消耗过大的设备拆除掉,以降低整个系统的电力损耗。最后,工作人员应该积极的宣传科学用电理念,同时还应该积极的鼓励用电人员具备节约用电意识。

#### 2.2 创设并完善风险预警机制

首先,电力企业应深入分析营销风险的主要来源,根据风险来源与诱因来制定相应的风险预测制度,例如,电费风险作为一项重要的风险,要求供电企业从用户、抄核收人员双方入手,通过缴费及时性分析、抄核收错误率分析等来科学预测并分析风险,制定风险临界点,对于超出特定临界点的用户与抄核收负责人则要及时进行警示或采取措施。其次,建立同客户的沟通与联系。电力营销是面向用户的营销,只有加强同用户的联系,掌握用户对供电服务的满意度,及时了解用户的心声和愿望才能及时、有针对性地调整营销策略、改进服务,提高供电服务水平,为客户提供更加满意的服务,从而有效抵御服务风险。再次,创建客服反馈制度。用户是电力营销的对象,也是供电服务的根本目标,客户的满意度及服务愿望直接影响到营销效果,所以,供电企业必须重视同客户的沟通,应开通客服渠道,及时反馈客户的信息,积极改善客服过程中出现的不足,仔细倾听客户诉求和愿望,为客户提供专业性、针对性服务。只有为客户提供满意、到位的服务,才能维持客户市场的稳定性,也才能达到预期的电力营销目标。

#### 2.3 加强电力营销稽查工作

营销稽查是做好营销风险管理的重要手段,其能加强监控职能,规避绝营销风险。因此,应加强控制电力营销过程中的各个环节,从而规避电力营销管理中的风险。此外,应加强对各个用电企业信用度的掌握,从根本上避免电力用户的恶意欠费,有效解决电费回收难的问题。

### 结束语

综上所述,在供电企业的发展过程中,电力营销管理是其非常重要的工作内容,对企业的长远发展具有重要的意义和作用。近年来,供电企业的电力营销管理中存在的风险也越来越大,很大程度上制约了供电企业的未来发展。因此,供电企业在今后的发展过程中,应该积极应用先进的手段,加大对电力营销管理风险控制的重视程度,从而进一步促进供电企业的发展。

### 参考文献

- [1]王冬冬.供电企业电力营销风险及管控探讨[J].丝路视野.2018(17):10-10
- [2]黄倩婷.供电企业电力营销风险管控分析[J].科技视界.2018(03):175-176
- [3]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