

电力营销管理中营销稽查的应用研究

莫翠红

(中国南方电网广东电网有限责任公司东莞供电局, 广东 东莞 523000)

摘要:随着我国经济建设不断深入,人们生活质量得到改善,在一定程度上促进了各行各业的发展,同时也加剧了市场的竞争压力。就电力行业而言,人们生活质量的改善在一定程度上增加了电力行业供电压力。值得一提的是,随着我国发展速度逐渐加快,电力行业要想更快顺应当下发展趋势,就需要做好营销风险控制工作,从而能够有利于保证该行业可持续发展。本文对电力行业开展营销风险管控工作进行了分析并提出了具体的措施,希望能够有一定帮助。

关键词: 电力行业;营销风险;管理对策

中图分类号:F426.61

文献标识码:A

文章编号:1004-7344(2021)31-0001-02

营销稽查监控体系建设是供电服务体系深化建设的重要内容,对于公司专业提质、发展提速、服务提升等方面具有重要意义。近年来,国网株洲供电公司深入贯彻国网公司、省公司决策部署,持续推进营销业务监控体系运作“再优化”,围绕“职责清晰、管控全面、实施高效”的目标,实施一体化数字稽查监控,着力解决“集约与监控业务不分、稽查与监控联动不足、系统应用定位不清、核心竞争力不强”等难题,积极构建营销全业务、全指标、全流程、高融合、高效率、高精度的稽查监控新模式,为营销服务提质增效提供有力支撑。

1 电力营销的特性

电力行业与其他行业的产品有所不同,其营销方式也不同。电力营销就是以电力资源为中心进行的销售活动。值得注意的是,和其他行业的产品不同,电力行业的产品并非有形产品,而是通过电力企业生产、通过电网输送、经过相关流程、最终传达给相应的电力用户。为了保证用户的用电需求,在进行电力输送过程中,需要保证各个环节能够正常工作,因为一旦有任何一个环节出现问题,将会导致后续其他工作无法正常开展,最终会影响用户的用电需求,降低整体社会效益,同时会在一定程度上阻碍企业的发展,因此,这就体现出电力营销需要具备很强的连贯性。不仅如此,由于电力资源自身的性质,导致其不能大量储存,否则将会造成一定安全事故的出现,因此,为了在实际输送过程中避免各种各样问题的发生,在开展具体活动时,必须要在紧密的时间内完成各项活动,这就体现了电力营销的紧密性。除此之外,随着社会的不断发展,为了更好顺应当下发展趋势,电力行业做出了一定改变,运行模式转变为激烈的市场竞争,由于该行业具备一定的特殊性,企业要想获得更高的利润,就需要具备更多的电力用户,为了保证能够拥有更多的用户,企业就必须要提高自身的服务能力,这样才会提高用户的可信程度,从而保证企业的自身利润,这就是电力营销的服务性,如图1所示。



图1 火电站

2 电力营销管理原则

电力营销管理在企业经营管理中占据重要地位,传统计划经济时代下的电力营销管理模式逐渐被淘汰,应朝着高层次创新优化。基于此,电力营销管理工作创新应遵循相应原则展开,包括人才培养、数据共享、原始数据原则以及工作界定原则。其中工作界定原则,依据严谨、合理流程,分析和改善人为因素不良影响,立足实际同步创新优化,合理划分各岗位权限,持续提升电力营销管理水平。数据共享原则,基于现代化信息技术收集和共享信息,分类汇总,更好地满足电力市场发展需求,促使电力营销质量逐步提升。

3 企业电力营销管理中营销稽查的问题分析

针对企业电力营销管理中营销稽查的问题,应正确看待市场发展需要,摸索市场规律,进一步剖析电力营销管理中的问题,具体有以下几点。

3.1 电力营销管理中营销稽查机制不健全

从实际情况来看,多数本土电力企业是国有单位改制后形成的,计划经济时代的理念有所残留,致使管理机制改革也受到传统理念的束缚和限制,影响到电力营销管理合理性。结合电力企

业的营销管理机制建立情况,缺失问题明显,即便建立,也缺少应有的积极效应,最鲜明的一点是即便付出很大努力,最终的薪酬仍然与他人相同,长此以往工作热情将逐步丧失,大大影响电力营销管理质量。

3.2 电力营销管理信息真实度不高

对于电力企业而言,电力营销管理直接关乎电力市场稳定和供电服务质量。因此,电力营销管理工作要在市场调查充分、摸清市场规律的基础上再进行高效管理。然而,电力营销管理信息失真问题仍然屡屡出现,营造出一种电价不高的现象来刺激群众用电欲望,以此获取更大的利润。配套的监管体制不健全、责任分工模糊不清、监管的缺失很容易影响信息真实度。也正是这种虚假的信息,会对电力市场带来极大的负面影响,责任落实不到实处,影响电力营销管理的有效性。

3.3 质量过硬的电力营销人员缺失

现有电力企业电力营销工作中,影响电力营销质量的一个关键因素则是营销人员。尤其是市场经济迅猛发展背景下,人才是提升企业核心竞争优势的关键所在,然而电力企业的营销人员专业培训受重视程度不高,专业能力和职业素养不符合要求。现有的电力营销队伍整体素质水平不高,理论储备不扎实,营销业务能力较弱,进而导致电力企业的电力营销结果不符合预期,背离用户客观需求。在用户开发和电力设备管理工作中,缺少有效依据,存在一系列缺陷有待解决。

4 电力营销管理工作机制

4.1 开展营销风险分析工作

开展相应的风险管控工作,分析相应的营销风险是整个工作中至关重要的一环。在进行分析风险工作时,相关工作人员需要保证具备客观的态度,科学、理智地进行分析工作,充分了解当下整个市场的发展情况、竞争环境等,从而能够结合实际工作效果开展相应的调研工作,对于分析结果具备一定借鉴经验,有利于在开展营销活动中避免各种各样的风险,提高实际工作效率。除此之外,相关工作人员还需与专业人士及时沟通、交流,对于实际工作的相关情况进行分析,提前预想可能会出现的风险和问题,保证实际工作的连贯性。开展相应的风险分析工作,可以对实际风险进行充分了解,在一定程度上可以选择更加科学的风险管控工具开展实际工作,从而可以有效降低风险,具体包括风险转移、风险转换等,根据实际情况选择合理的管控工具,从而可以有效降低相关企业的损失,维护正常的行业秩序。

(1) 风险转移:指企业通过合同将风险转移到第三方,企业对转移后的风险不再拥有所有权。转移风险不会降低其可能的严重程度,只是从一方移除后转移到另一方。例如:可以将风险转移给服务公司、售电公司,同时支付一定费用。

(2) 风险转换:指企业通过战略调整等手段将企业面临的风险转换成另一个风险,具体包括战略调整和衍生产品等。例如:可以增加衍生产品,在两个或多个风险之间进行调整,在低成本或者无成本情况下达到最佳效果。

(3) 风险对冲:指采取各种手段,引入多个风险因素或承担多

个风险,使得这些风险能够互相对冲,将这些风险的影响互相抵消。例如:可以对具有自然对冲性质的风险进行组合。

4.2 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所据可循。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,同时加大人才培养力度,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,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。

4.3 增强风险管控意识和加强人员配备

要想为企业获得可持续发展奠定有利基础,企业必须要具备相应的管理人才,增强工作人员的管理意识,保证实际风险管控工作整体效果。不仅如此,还需要建设较完善、科学的风险管控机制,这样能够有效避免出现各种风险和问题。纵观整个社会市场,大部分优秀企业具备良好发展前景的原因除了具备充足的资金、人力、物力等各种资源以外,在实际工作过程中都贯穿着相应的管理工作,这样开展管理工作不仅能及时解决内部出现的问题、矛盾等,保证实际工作效率,同时还可以有效避免整个市场环境中出现的风险,能够有效保证企业在市场中的竞争实力,提高企业的预知性。

5 结语

当今社会,随着经济建设进一步深入,科学技术的不断发展,人们的生活质量得以改善,在一定程度上提高了对各行各业的要求,同时各行业竞争压力整体呈上升趋势,各行业都在面临新的机遇和挑战。为了更好地顺应当下发展趋势,电力行业需要建立更加完善的风险管控工作机制,提高风险规避能力,为该行业可持续发展奠定有利基础。

参考文献

- [1] 林大鹏. 浅谈市场经济背景下电力营销管理存在的问题及解决措施[J]. 科技创新导报, 2019, 16(34): 172-174.
- [2] 关艳, 崔新廷. 深化电力市场改革下电力营销新理念、新战略及新模式研究[J]. 农业经济, 2020(9): 143-144.
- [3] 孙天野. 基于大数据环境的电力企业营销管理创新策略研究[J]. 企业改革与管理, 2020(16): 93-94.

收稿日期: 2021-07-07

作者简介: 莫翠红(1992—), 女, 汉族, 广东东莞人, 本科, 助理工程师, 主要从事电力营销方面业扩、电费等相关工作。