

电网企业电力营销业务 风险处理应用基础研究

顾超 张彤

(淮安三新供电服务有限公司淮安分公司, 江苏 淮安 223200)

摘要 随着电力领域的工业改革、体制改革、市场建设等持续深入, 电网企业必须直面市场、调整运营模式、增强市场核心竞争力。电力营销业务作为电网企业的关键业务, 在电网企业市场化发展中发挥着日渐关键的价值, 但亦隐含诸多风险, 极易干扰电网企业的经济效益和稳定运行。而风险处理在电力营销业务中的有效运用, 可有效控制和杜绝各种风险, 提高企业的运营稳定性和核心竞争力。因此, 如何将风险处理运用于电力营销业务中来规避运营风险是电网企业必须解决的时代问题之一。

关键词 风险处理 电网企业 电力营销业务

中图分类号: F426

文献标识码: A

文章编号: 1007-0745(2022)11-0073-03

电网企业作为重要的民生企业, 在电力市场上具有明显的公益性与基础性特征, 同时也在市场中处于重要位置。电网企业的重要地位以及基础性特征也就相应地决定了电力营销业务是需要具备服务性质的。对企业而言, 电力营销业务主要是针对客户提供优质的电力资源, 确保客户的用电需求能够得到满足^[1]。另外, 营销业务也需要保持与客户的紧密联系, 才能有效推进电力能源的销售工作, 而如何保持联系, 加强对客户的服务工作也是必要的。电网企业的产品本身具有不可存储与不可鉴别的特性, 与其他普通的工业产品存在明显的差别。

所以, 对于电力市场的营销业务而言, 需要营销的不只是自身的产品, 更是对企业服务的营销。通过增加与客户的粘性, 才能促使客户与企业达成长期的合作关系。而电网企业面临的运营、发展风险日渐增高, 契合电网企业实际的风险处理可有效规避诸多可能性损失, 降低错误决策的发生率, 提升企业的附加值与竞争力。

1 电网企业加强电力营销业务风险处理的意义

在市场经济环境下, 电力营销业务是电网企业以市场环境为立足点, 以消费者的电力诉求为依据, 以给予消费者所需的服务和电力产品为目标开展的相关运营活动, 从而推动企业发展。但是, 伴随着市场诉求和环境的持续变化, 电力营销业务中蕴含的风险持续增加, 妨碍了企业发展。^[2] 电网企业将风险处理中运

用于电力营销业务中, 可促使相关工作者建构专业的风险处理与营销处理观念, 深度分析电力营销业务、电力生产等环节, 建构针对性的监督处理机制, 将风险处理贯穿于电力营销业务之始终, 及时解决相关风险, 从而优化电力资源的供应, 降低电力生产与供输对环境的危害, 进而提高企业的经济效益和社会效益, 提高其核心竞争力, 为其可持续发展奠定基础; 电力营销业务的目的在于全方位满足消费者诉求, 提高电能、电压的稳定性与电价的合理性, 而风险处理在电力营销业务中的运用, 可助力电网企业精准掌握消费者的用电诉求, 并给予其优质的服务, 全方位满足其用电诉求和服务诉求, 提高其满意度, 从而提高企业的经济收益; 受诸多因素的干扰, 电网企业缺乏复合型人才, 电力营销职员普遍欠缺风险处理素养, 而将风险处理融贯电网企业电力营销职员培养中, 可提高相关工作者的风险处理意识和能力, 建构符合市场诉求的复合型营销团队, 从而为企业发展提供强大的人才支持。

2 电网企业电力营销业务的风险类型分析

2.1 服务与市场风险

电网企业是给予消费者供电服务的服务企业, 服务质量是推动电网企业可持续发展的关键, 且电网企业的供电环节较复杂, 涉及诸多因素, 其供电过程中任一环节的缺陷都将干扰其服务质量。

因此, 在市场竞争日渐剧烈的背景下, 电网企业

必须具备极强的服务观念,并以专业、积极、全面的服务行为提高服务质量,给予消费者认可的服务。但是,电网企业的部分电力营销工作者缺乏对服务价值的深刻认知,欠缺服务意识,无法在电力营销业务中给予客户优良的服务态度,极易引发客户不满,造成客户流失,从而影响企业的信誉度,引发服务风险;部分电网企业欠缺服务意识,在电力营销业务中忽视客户体验,忽视对客户所在地电能和电压的检验,致使部分客户难以获得高质量的电能、电压服务,从而引发服务风险^[3]。

市场环境瞬息万变,市场风险融贯电网企业电力营销之始末。自然环境的变化与电力供需矛盾都将引发电网企业电力营销业务的市场风险。自然环境风险源于雪灾、暴雨等气候、天气因素造成输电线路受损,阻碍正常供电。电力供需矛盾是因不合理的能源结构分布导致的部分地域电力资源“供大于求”、部分地域电力资源“供不应求”;或因部分地区产业结构不合理,耗能产业较多,对电力资源的需求极大,而当地的电网配置不足以满足产业能源诉求。

2.2 信用和法规风险

对于电网企业而言,信用风险主要集中于客户方面。国内的各电网企业近年来普遍会遭遇到电费拖欠、违规用电、偷电现象。客户的信用体系未完全建立使得电网企业的经营风险长期存在,同时也会对企业稳定发展与国家的经济秩序的稳定造成不良影响^[4]。我国的电网企业的电力营销业务普遍采用的是先用后付款的营销模式,这一模式存在着明显客户违约的风险。如果客户长期违约或进行违法活动,企业整体的财务欠账的可能性会相应地提升。另外,部分电网企业还没有相应的信用保障措施,使部分客户出现信用问题时就容易对企业的正常运行产生不利影响,这也成了电网企业的关键风险点之一。

法规风险是因法律法规的优化调整,致使企业及合作对象产生合同纠纷等矛盾,从而阻碍企业理想目标的实现。对于电网企业而言,法律风险包含意外伤害类、供电用电合同纠纷、劳动争议纠纷等。意外伤害风险普遍产生于生产作业中,而电力领域属于高风险行业,若电网企业职业欠缺安全意识,极易引发人身伤害风险,影响企业形象;供电合同纠纷是电网企业与消费者在合同签订过程中,因未在合同中全面、详细地阐述相关协议及各项问题的解决方式,而在问题发生后引发的纠纷;劳动争议纠纷是电力营销职员与电网企业因劳动关系中的义务与权利引发的各种纠纷。

3 电网企业电力营销业务风险处理策略研究

3.1 改革创新电力营销模式,建构严谨的风险处理机制

电网企业在进行市场营销管理创新的过程中,除了提升管理的专业性外,还需要加强电网企业各部门的合作,促进电网企业创新发展。电网企业在运行经营过程中,各部门履行自己的职责,以电网企业经济发展为核心,加强部门与部门之间的合作,提高电网企业市场营销创新能力,是电网企业生存的重要基石。在市场环境不稳定的社会背景下,以电网企业经济建设为核心,加强各部门之间的合作与交流,才能更好地适应市场变化的需要,在电网企业进行市场营销管理过程中,要结合实际发展过程中存在的问题进行改善,提高电网企业核心竞争力。笔者认为,通过不断的创新,才能够推动电网企业的发展,更好地适应市场的需要,在进行营销之前,应该对市场进行充分调研,通过对市场营销方式的创新,抓住时代机遇,建立健全营销网络,提高品牌市场占有率,促进电网企业经济效益的提升。

风险处理机制是落实风险处理的制度保障。因此,电网企业必须深度探究电力营销业务的风险成因、类型等,并以此为参考,以国家法规为依据,从客户风险评估、奖惩制度、绩效考核、职员培训、电费清缴等方面着手,拟定严谨的风险处理机制,提高风险处理强度,从而降低风险程度。第一,电网企业可建构独立的组织部门,承担电力营销风险处理工作,促使相关工作者明晰风险处理任务,强化营销职员及企业其他职员对电力营销风险处理的重视度。第二,电网企业可凭借严格的监管机制,确保客户风险评估、电费收缴机制全面落实于电力营销业务中,维护企业的有序运行。第三,电网企业需强化新客户资信处理,以专业的风险评估结果为依据,决定与该客户的合作方案或合作与否,从而规避欠账、坏账等电力营销风险问题的出现。

3.2 加强电力营销工作人员的职业素养,提高服务质量

提高电力营销人员的职业素质,可以规避大部分风险。企业对电力营销人员进行相关培训,提高员工的专业素质和综合能力,使员工具备应对电力冲击实际风险的能力,能够从容应对和应对市场的变化,并在进行电力营销时,保证客户关系在国家政策范围内达到最大的安全和稳定。电力营销人员通过企业培训和

实际工作情况,加强专业技能,增强风险意识,转变工作理念,结合自身积累和前人传授的工作经验,对电力营销风险进行处理和采取对应的相关措施^[5]。

随着物质水平的提升,国民对服务态度和质量的诉求持续提高。就电网企业运行现状而言,服务风险是引发电力营销风险的关键因素,提高服务质量亦是电网企业规避电力营销风险的关键策略。因此,在新的市场环境下,电网企业需以电力营销业务诉求、风险成因、风险处理内容等为依据,定时组织多元培训工作,培训营销人员的专业能力、风险处理意识、风险把控能力、风险识别能力、风险评估能力、风险处理能力、服务能力和服务态度等,提高营销人员的综合素养,从而建构高素质营销团队,为电力营销业务风险处理提供强大的人才支持,促使其以积极、专业的态度面对市场竞争和营销业务风险;在电力营销业务风险处理中,营销人员需以电力客户的实际诉求为依据,以耐心、专业的态度给予其充分的电力营销服务,全方位满足其服务诉求,促使其获得优良的用电体验,从而降低电力营销业务的服务风险,提高其对电网企业的信赖度和忠诚度,扩大电网企业的客户群体,推动企业的稳定发展。

3.3 合理把控市场风险,强化风险处理的信息化建设

市场风险是电网企业电力营销业务的主要风险类型,包含自然环境风险与供需矛盾风险。第一,自然环境风险具备不可控性,且极易因供电设备损耗等造成重大损失。基于此,电网企业可以凭借购买商业保险等方式转移自然灾害的风险,以便在自然风险发生后获得一定的保险赔偿;电网企业可以各类自然灾害对输电设备等影响为依据,优化供电设备,定时检修供电设备,提高输电设备的抗灾能力,从而达到降低自然风险的目标。第二,电力资源供需矛盾的成因多样,电网企业必须采取多元策略,明晰电力供需矛盾的成因,采取针对性的方式,制定电力营销策略,比如:面对不合理的电网结构,电网企业可借助资源扶持和国家相关政策,调整电网结构,提高电网结构的合理性,从而提升供电能力;面对不合理的产业结构,电网企业可依据产业结构,调整供电方案与计划,实现当地电力资源的合理配置。此外,电网企业必须高度重视供电技术的升级,增强三相不平衡测试力度,从而全面掌控用电负荷,并以用电诉求等为依据,及时调整用电负荷,进而满足客户的用电诉求;电网企业需采取多元手段宣传节约用电等观念,提高国民的节约意识,

规避电力浪费,从而达到规避电力营销风险的目标^[6]。

信息化是社会发展的主要趋向。因此,电网企业可凭借信息化建设,强化对用电客户的信用处理力度,从而降低电力营销风险。比如:电网企业的客户设计范畴较广,电网企业可以市场供需关系为依据,以用电客户的欠费状况等实际状况为参考,以信息技术为媒介,建构客户信用程度分析模型,从而客观精准地评估客户的风险等级,采取针对性的电力营销策略,进而降低电力营销风险;电网企业需立足时代发展诉求与电力营销业务诉求,建构信息化风险处理系统,引进先进信息技术,配备先进信息化设备,比如:客户信用风险自动评估系统等,从而以强有力的技术支持和保障,助力电网企业精准分析、评估和把控电力营销风险,增强电力营销业务的风险处理质效,推动电力营销业务的有序开展,进而推动电网企业的健康持久发展。此外,电网企业需借助信息技术建构用电客户资料数据库,并定时维护和优化资料数据库,提高数据库的安全程度,为企业电力营销业务的开展提供资料支持,从而降低业务风险,提升业务的安全度,助推企业发展。

总而言之,风险处理在电网企业电力营销业务中的有效运用契合时代发展诉求与行业发展诉求,可提高企业竞争力,助推企业的健康发展。因此,电网企业处理者必须密切关注行业发展状态,明晰行业发展趋势,紧抓企业发展机遇,并以专业处理理念为指导,以企业运营现状为参考,追溯各项风险源头和成因,建构严谨、全面、科学的风险处理机制,将风险处理融入企业电力营销业务中,从而有效规避各项风险,实现企业发展目标。

参考文献:

- [1] 罗明翔,谢志伟.基于风险管理理论强化对电力营销安全的管控[J].今日财富(中国知识产权),2022(03):58-60.
- [2] 郭先晨.电网企业电力营销业务风险管理探究[J].营销界,2020(03):138-139.
- [3] 李思锋.电力营销中应用营销稽查措施降低风险的研究[J].通信电源技术,2017,34(06):243-244,280.
- [4] 李洪涛.电力营销风险管理及营销稽查探讨[J].南方农机,2017,48(12):192.
- [5] 郭城.电力营销稽查对降低电力营销风险的作用讨论[J].通讯世界,2015(11):200-201.
- [6] 孙佳琦,赵思娟.浅析电力营销风险管理及营销稽查[J].黑龙江科技信息,2014(32):139.