

et 网上投稿

et 网上订阅

录用查询

汇款查询

杂志栏目

● 经济研究

● 西部大开发

● 改革探索

● 新观察

● 理论经纬

● 三农问题

● 热门话题

● 企业论坛

● 区域经济

● 财经论坛

● 对外开放和贸易

● 综合论坛

● 经济全球化

● 产业集群研究

● 社会主义劳动理论探讨

● 面向21世纪的中国经济学

论文正文

浅谈电力市场营销及电力优质服务在营销中的作用

上传日期: 2008年4月6日 编辑: 现代经济编辑部 点击:324次

田莹

(威海供电公司, 山东威海264200)

摘要: 通过目前电力市场普遍存在的问题, 根据当前电力市场及政策体制实际, 结合国家电力体制改革发展的方向, 提出了电力市场营销的新观念, 以及需要的配套体制, 使电力企业自主经营, 自我发展, 自负盈亏, 从而实现电力企业快速发展。建立统一、开放、竞争、有序、透明的电力市场已成为我国电力工业改革和发展的必然选择, 通过优质服务为客户提供高品质的电力服务, 提升客户满意度, 实现社会效益与企业经济效益的统一。

关键词: 电力市场; 电力市场营销; 营销策略; 优质服务

一、电力市场的状况

电力工业是国民经济的重要基础产业, 是生产、生活的必需品。长期以来我国的电力行业是垄断性行业, 人们习惯于计划经济体制模式, 电力市场基本是卖方市场, 即电厂发多少, 用户用多少。随着宏观经济调控和产业结构调整, 特别是国家采取优先发展能源等基础产业政策的推动下, 任何行业的垄断格局都将被打破, 电力市场也发生了根本性转变, 从计划经济逐步过渡为市场经济, 电力市场逐步由卖方市场转为买方市场, 电力改革也步入了深层次的关键性阶段, 因此, 国有电力企业必须要适应这种转变, 发展必须以经济服务的方向, 迅速建立自己的市场。

(一) 现阶段电力市场的特点

- 1、发供电潜力巨大, 促进需求增长成为关键。因此开拓电力市场, 促进电力需求增长成为电力企业寻求发展的关键。
- 2、用户对供电服务质量要求高。随着人们文化素质的提高, 法律意识增强, 特别是《电力法》颁布实施后, 用户对供用电双方的权力义务认识越来越清楚, 加之电力市场的供需矛盾的转变, 用户要求供电企业提供更多的优质服务, 同时对供电企业不规范的现象投诉增加, 要求供电企业必须依法经营, 规范优质服务, 促进营销。
- 3、电力的增长与国民经济有着紧密的联系。电力消费增长率与国民经济增长率在一定时期内保持着一定比值, 即所谓电力弹性系数, 说明电力消费量的增长依赖于国民经济增长, 电力供给量增大也对国民经济有促进作用。

(二) 今后电力市场的发展

为适应社会主义市场经济发展的需要, 实现电力营销工作市场化、法制化、现代化, 必须具有开拓、竞争、创新能力和现代化水平的电力营销管理体系, 以合理的成本、优质的电能和高质量的服务满足全社会对电力日益增长的需求, 促进社会文明和国民经济快速发展。

1、电力市场营销实现四个转变: 即从管理型向服务型转变; 从限制型用电向放开用电转变; 从卖方市场向买方市场转变; 从埋怨客观原因向积极迎接市场转变。

2、以优质的服务, 去寻求和开拓市场。产品策略的重要内容是产品服务。电“卖出”去后, 售后服务工作必须跟上, 因为电力用户的满足程度, 就是我们明天潜在的电力市场, 因此, 供电企业的服务不能只停留在故障处理上, 而应从用户的需求—设计—施工—验收—运行—售后—服务—故障处理—扩大需求的各个环节提供咨询或服务。公开社会承诺, 采用调压或补偿方式提供优质电能服务, 采用双电源、双回路和环网形式提供可靠电力。如业扩报装实行一条龙制度, 简化了手续, 方便了用户, 靠服务赢得市场, 赢得用户的信赖。

二、电力市场营销管理的思想定位

首先应当明确的是, 电力营销必须建立适应市场经济发展的电力营销机制, 采取市场导向的管理模式, 把电力营销定位为供电企业的核心业务, 电力的生产经营活动应服从和服务于电力营销的需要。

其次, 电力营销的开展应立足于“电网是基础, 技术是支撑, 服务和管理是保障”的原则。应当充分利用目前“两网”改造的有利时机逐步解决供配电网络的“瓶颈”, 满足广大用户的用电需求, 运用先进的通信、网络、计算机技术, 为客户提供高效的、全方位的优质服务, 以严格规范的管理对各项业务进行监控, 才能实现企业的营销目标。

第三, 基于买方市场的要求建立起新型电力营销理念。未来的电力营销市场是一个买方市场这是一个不争的事实。供电企业应当改变过去建立在卖方市场基础上的旧

的供电管理模式，建立一个能适应市场需求，充满市场活力的市场营销体系和机制。

第四，进行商业化运营，法制化管理。政企分开后，电力企业仍然是一个接受政府监管的企业，因此，在实现商业化运作的同时，还要严格按照上级规定的市场营销政策和业务范围，从事电力市场的营销工作。

三、电力营销管理的总体创新策略

以优质服务为宗旨。转变观念，增强电力企业职工的服务意识，提高服务质量。为客户提供方便、快捷、优质的服务，来提高企业的信誉，增强企业的竞争力，进而扩大电力消费市场。同时通过加强电网建设，保障供电可靠性，提供优质电能。

以环保、调整能源消费结构为契机。电能是公认的最清洁、安全、高效的能源，大量煤炭直接燃烧造成了严重环境污染，它被替代已是必然趋势。依据我国现行的能源政策，调整并优化能源结构，提高电能在终端能源消费市场的占有率将成为一种必然，这为电力发展提供了很好的机遇。目前燃煤锅炉很多，能源替代潜力很大，家用燃气热水器也是替代的一个方向。

以市场需求为导向。加强对市场需求预测的研究，搞好市场调查和市场预测，提高市场预测的及时性和准确性。做好市场变化的跟踪分析，开发并形成目标市场分析软件系统。努力开辟新的供电领域，积极引导广大用户对电力的消费，提高电力在能源消耗中的比例，提高电力企业的市场占有率，寻找电力企业新的效益增长点。

以需求侧管理为手段。大力开展需求侧管理工作，借助经济、媒体宣传等手段，引导客户合理用电，提高用电效率，提高负荷率。积极推广有利于环保、节能的技术和产品的应用，开拓电力市场。

以满足客户需求，引导客户消费为中心。不仅要根据客户的要求提供优质、可靠、价格合理的电力电量，还要做好全方位的服务。现阶段开拓电力市场的对象应以市政、商业、居民为重点，引导客户改变传统的用能观念，使用高效洁净的电能，提高生活水准。

四、优质服务是企业发展的核心

优质服务是电力企业的生命线，是电力企业拓展市场的通行证，是打造电力品牌的根本途径。

（一）电力企业生存发展需要优质服务

随着市场经济的不断完善，服务对象对电力企业的要求越来越高，使供电企业的优质服务带来了极大的压力。电能服务是消费与生产同时进行的。电力企业不仅要向市场与消费者提供电能传输的服务，还要不断地开发新产品、新功能、新业务，为市场与消费者提供高质量、多层次、多样化的终身服务。随着电力企业改革的深入，电力企业必须面向市场，深化改革，强化服务，牢固树立“以发展为主线，优质服务为宗旨”的管理理念，以崭新的服务面貌，树立起崭新的企业形象，进一步提高供电服务质量，规范供电服务行为，提升供电服务水平，进而去赢得市场，促进发展。必须认识到“服务是电能的无形资产”，管理能力的增强，技术水平的提高，经营机制的转变，企业面貌的改善等，都具体体现在服务之中，为广大电力客户提供“优质、方便、规范、真诚”的供电服务，强化服务，在服务中开拓市场不仅是市场竞争的要求，也是企业自身生存发展的需要。

（二）电力企业应如何做好优质服务

国家电网公司“一强三优”战略目标中，明确“服务优质”的内涵为：事故率低，可靠性高，流程规范，服务高效，社会满意，品牌形象好。因而，电力企业要抓好优质服务，必须提高电力产品质量、提高人员素质、改善服务手段、优化服务环境。

1、保障电网安全稳定运行，是做好优质服务的基础

电力对于客户的优质服务，不同电压等级的安全输送、变电的安全运行、用电设备的安全可靠等都是不可缺少的硬件基础。因此，电力设备在生产、安装、调试、运行、维护过程中，都要做到严格把关，杜绝装置性违章、习惯性违章。

2、转变思想观念，是强化优质服务的前提

面对日趋激烈的市场竞争，电力企业必须按照“两个根本性转变”的要求，以优质高效的服务参与市场竞争。经营服务工作的对象是市场，为市场服务的目的是效益，经营要通过服务来实现效益，而电力企业的优质服务工作，与自身的经济效益、社会效益的提高及企业自身的发展一脉相系，为客户提供一流的优质服务，则是电力企业职工天经地义的职责。因此，在抓好生产经营与建设发展的同时，必须牢固树立“客户至上”的观念，融经营于服务之中，并以此作为企业完善服务的出发点和归宿。

3、建立营销技术服务管理系统，完善优质服务

当前，各行各业都把营销服务作为市场竞争的主要手段，因此要满足不同用电群体的需要，必须要规范营业行为。建立营销服务信息管理系统，实现营销业务流程电子化，包括业扩报装及流程管理、需求预测、合同管理、电费管理、电能表资产管理、报修投诉、划帐付费管理、负荷管理与需求侧管理等，将营销与服务有机结合，研究了解客户在用电方面可能出现的限制、困难，拓展为客户服务的功能，最大限度地满足客户对电力的需求，确立快捷、方便、高效的服务标准。

4、紧密联系地方政府及地方企业

一是及时与地方政府沟通，获得地方发展信息，进行服务周到的项目规划，保证企业获得抢占到市场的先机；二是经常与所在地企业交流沟通，解决电力供应等存在的困难和问题，及时优质的为他们提供电能服务，促进企业做大做强，也为自己获得

新的经济增长点。

综上所述，电力企业是为全社会服务的特殊行业，电业企业生产经营活动不仅直接关乎本行业职工的工作和生活，而且与全社会的发展和稳定息息相关，因而对电力行业广大职工来说，不仅肩负创造丰富的经济效益，促进国民经济的快速发展的任务，而且还承担着艰巨的社会责任。随着社会主义市场经济的不断深入发展，市场发展格局发生了巨大变化，经营观念也产生了较大转变，促使电力企业适应新的经济形式的需要，从企业内部经营机制和思想观念入手，转轨变型，制定出相应的战略发展计划，通过改善电网结构，提高供电可靠性，改善电能的质量，来提高对客户吸引力，形成独具特色的市场营销手段。安全生产是营销的基础保证，而营销工作是电力系统工作成果的最终体现者和经济效益的实现者，安全生产工作也是供电企业的重要部分，但供电企业的最终目标是将电能出售给客户，因而营销必须为客户提供优质、及时的服务，与客户建立并保持一种共同发展的新型供用电关系只有这样，才能使营销工作再上台阶。

版权所有：《现代经济》编辑部

E-MAIL:mej@vip.sohu.com 电话：0898—68928581 传真：0898—68919810

地址：海口市龙昆北路24号龙园别墅D1栋 邮编：570105