

电力营销作业现场安全能力提升

闫芝鑫

(国网延边供电公司,吉林 延吉 133000)

摘要:党和国家对安全生产工作提出了一系列新的更高要求,把安全生产工作放到了推进国家治理体系和治理能力现代化的高度来考虑安排,电网企业正顺应能源革命和数字革命相融并进大趋势,以能电网为基础平台,强化网络互联互通和信息、通信的价值创造体系,构建具有绿色安全、智能开放等特征的智慧能源系统。将安全管理工作与制度流程建设、物质激励建设有机结合,制定措施并不断优化改进,形成了一套行之有效的电力营销作业现场安全管控体系,切实提高了现场作业人员的安全能力,降低了安全事故发生概率,实现了对人身、电网和设备的保护。

关键词:电力营销;作业现场;安全能力;分析

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.09.312

1 引言

随着国家发展速度加快,电网企业也开启了中国特色国际领先的能源互联网企业建设新征程,但是电力企业在发展过程中并不是畅通无阻的,严格的安全管理体系也就成了电力企业的一把利刃。“具有中国特色”“国际领先”“能源互联网”充分体现了电网企业的政治本色、行业特色和发展角色,体现了政治责任、经济责任和社会责任,构成了电网企业发展方向的航标。面对突如其来的严峻挑战,电力企业按下经营发展和复工复产“快进键”把安全生产作为民生大事,纳入到全面建成小康社会的重要内容之中,严守安全底线、生命安全至上已成为全社会共识。

2 分析安全问题出现的原因

2.1 由于管理制度不完善

对于我国多数的电力企业而言,在安全管控的过程中,其力度和方式以及模式等方面都是存在着较大的不同,现如今我国在现有的技术支持下,并不能够更好的完善管理制度,一方面是由于资料比较缺少,另外一方面技术不是十分成熟,导致其安全隐患的不断涌现,不能更好的保证施工的安全,同时,对后续工作的更进也是无益的。一些企业在工作的过程中虽然意识到了这些问题,但是在缺乏资料的前提下,想要建设一个完整的现场安全体系是难上加难的。同时,管理制度落实上也存在一定差异。

2.2 由于电力设备存在质量问题

现阶段随着市场化的不断深入,电力设备持续的更新和换代,电力管井和隧道以及电气设备的技术标准在不断的完善,对电力管线的建设提供出一定的质量保障,由于有的管线是铺设在地面上的,或者是建筑物的隔墙中,这样便对其防护存在一定的考验,对设备和管线的选取,都会出现一定的安全隐患。电力管线的建设质量、建设标准、防水、电力井的钢筋结构、导电性、防漏性,还有一些不受外界因素带来影响的问题是不能够检测出来的,同时也关系到施工人员的安全,这些往往都会影响电力营销业扩现场管理的安全性,这些因素的存在都会导致其出现一定的安全隐患,并且对于电力企业自身的发展是十分不利的影响。

3 优化电力营销作业现场安全管理措施

3.1 建立起标准化的作业责任流程体系

一是建立起协同匹配的安全责任体系。首先是职责管理。将其部门和员工的岗位职责进行梳理和细化,建立起营销现场作业任务和岗位体系,同时还要建立起“对本岗位负责、为上岗位把关、为下岗位服务”的责任体系,实现每个营销现场作业人员的参与者都清晰自己该干什么,与自身衔接者是谁并且应该干什么。其次是流程管理。梳理营销现场作业业务类型,建立起从业扩和计量以及用功点检查和分布式电源等大类一直涵盖到具体的业务流程,这样可以明确员工在流程中相关的环节和时间点以及位置上“应该干什么”。二是打造安全赋能标准化流程体系。电力企业需要成立营销现场作业标准化的流程编制小组,组织相关专业和班组的技术人员结合营销

作业现场的实际情况,深入分析电力营销现场项目所存在的问题,在此基础上制定出营销现场标准化作业流程图。工作人员对每个时间节点的分工和任务有明确的认识,并按照规范在工作前编制“一单、三卡、一票、一图、一案”,即工作派工单、工作流程控制卡、现场作业安全控制卡、工序质量控制卡以及工作片和现场安全作业措施布置图,保证所有的流程能够有迹可循,这样做的目的也能在一定程度上提高营销作业现场的安全性。

3.2 加强现场作业安全风险分级预控

一是对安全承载能力进行数字化。首先是量化管理部门的安全承载力。综合考虑管理部门管理人员到位数量和人员专业能力等因素,开展管理部门与管理人员的安全承载力量化。其次量化作业班组安全承载力。从技能水平和安全能力两方面对作业人员能力进行量化,综合考虑班组成员的理论知识、操作技能、自觉遵章意识、安全辨识能力、风险防范意识等方面,对工作人员进行综合评定。二是实行安全承载力分级评估。综合评估管理部门和作业班组以及作业项目的量化结果,绘制出安全承载力四色分析图,根据红色以及橙色和黄色、绿色对应着满载、重载、适度、轻载4种情况,直观明确地表达出预期作业对现场作业人员的危险程度,实现安全风险的事前有效预控。

4 结束语

总而言之,我国正处在经济不断发展、社会不断进步、人民素质不断提高的上升时期,人民的生活水平不断提高,对各行各业的安全越来越关注。通过规范营销现场作业标准化建设,积极推行营销作业安全承载能力预先分析,督促落实预防预控措施,扎实推进强化本质安全工作,科学构建并规范执行营销现场安全监督体系,形成了覆盖营销全领域、全方位的安全督查管控高压态势,保持了安全生产长周期稳定局面。企业的制度和管理体系是与公司一脉相承的,做好营销的同时也要做好安全质量的管控,一个完善的制度体系是企业提升发展水平的必要前提。企业要能够在顺应时代的潮流下发展,那就必须要做到拥有自己独特的发展方式。

参考文献

- [1]薛晓茹,汤旭,陈云鹏,徐礼萍,徐建.电力客户现场服务掌上营销系统的应用与研究[J].机电信息,2020(35):31-32.
- [2]杨连瑞,张晓晖.电力营销计量现场作业危险点与防范措施[J].科技创新与应用,2020(34):104-105.
- [3]梁捷,梁广明.基于FMEA分析的电力企业营销业务风险管理研究[J].青海电力,2020,39(03):25-29+39.
- [4]单伟权.基于互联网+的电力营销项目施工管控平台的建设与实践[J].电工技术,2020(18):127-128+131.
- [5]谢震刚.电力营销管理中安全风险问题及解决措施[J].现代营销(下旬刊),2020(08):138-139.