

# 电力物资管理工作总结 企业物资年度工作总结物资年终总结(模板5篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 电力物资管理工作总结篇一

### 一、主要工作完成情况：

由于近几年受多种自然灾害等因素的影响，导致全年粮食价格呈现持续小幅振荡上扬态势。但到10月中旬以来，国家有计划、有组织、有目标的对农副产品采取了强劲的调控措施，直接导致粮价快速大幅上扬。面对这些情况，我司上下齐心，认真应对，精心组织，努力克服因公司流动资金紧缺带来的货款支付困难，在准确掌握市场行情、科学制定采购价格、严把质量关的前提下，除及时采购回相关物资、原料满足正常使用外，有预见性地抓了部分物资的战略储备，为公司节约了采购成本。

今年包装物资采购特点是品种多、批次多、批采购量小、质量要求高、时间紧，无形中增加了我司采购难度，尽管如此，我司的各项工 作打紧安排、周密部署，在完成日常采购工作的同时，一是全面推行“准零库存管理”，进一步压缩包装物资原库存及其代储数量；二是加大了包装物资尤其是玻瓶、瓶盖遗留问题的处理力度；三是加强积压包装物清理并积极与生产、销售协调配合。消化了部分积压包装物资，通过上述工作，既保障生产、销售的顺利进行，又缓解了公司库容和资金紧张的矛盾。

（三）建材：根据公司统一安排和部署，已于今年5月份将五金材料、机零配件归口到设备中心采购，我司主要负责红砖、水泥和专控物资的采购。在搞好建材采购工作的同时，通过对建材采购工作进行分工，制定、完善采购管理办法和零库存管理办法、加强计划、质量验收等管理，进一步规范和理顺了建材的采购工作。

## 二、强化采购管理，采取有效措施，严格控制采购成本。

（一）股份公司所需建材和包装物资全面推行准零库存管理。根据公司安排，年初，通过我们反复研究和部署，在坚持“供得上，不积压”的前提下，率先从建材、主要包装物着手以“准零库存管理”的模式进行试运作，从目前的情况来看，既缓解了公司库容紧张的矛盾，又减轻资金支付的压力，达到预期的目的，取得了良好的效果，基本避免了新的积压和损失发生。

（二）积极联系生产、销售等部门，严格控制采购计划的执行。我司密切和生产、销售等部门配合，根据不同时期的实际情况，灵活调整采购计划，避免形成新的积压。同时，对各部门所需物资和材料都必须由相应的审批人签具意见，再到仓储部门核实库存情况后，供应公司负责人批准后才安排执行。做到了供货及时，库存合理。

（三）严把外购物资质量关。公司领导高度重视外购物资质量，采取了多种措施严把外购物资质量关，一是进一步加强质量意识宣贯力度，既要求员工对所购物资的产地、理化指标、检验标准做到心中有数，能区分优劣，又注重向分供方宣传我司质量方针，使之明确我司各类物资质量要求、检验标准，不断增强分供方质量意识；二是注重分供方的选择及考核，在选择分供方时，我司择优选供货能力强、质量稳定、信誉度高的供货方；三是在供货前要求客户先送样检验，合格后与客户在合同上明确质量标准和处理办法；四是积极主动与质检部门配合把关，对客户批量不符合标准的，坚决支

持质检和仓储部门拒收，努力协助他们做好客户的解释和说服工作，积极维护企业利益。从质检和使用部门反馈信息来看，各种指标均优于去年，外购物资质量稳步上升。

（四）坚持“多家竞争、比价采购、质优价宜”的原则。物资材料在采购前都要进行详实的市场行情调查，在准确地掌握了市场行情后，引入竞争机制，坚持比质量，比信誉，比实力，比价格，货比多家，择优选用。

（五）采购过程公开透明，主动接受相关部门监督。为严防违规违纪，杜绝暗箱操作，我司领导高度重视，除要求部门内部采购过程公开透明，相互监督外，还将采购信息公开，主动接受各方面对供应公司采购工作的监督，每月都将当月所购物资、原材料的价格、数量、质量、计划完成情况等信息以“物资采购月报表”、“统计分析”、“计划检查执行表”等报表报送股份公司相关部门（策划、审计、财务）及副总以上领导。

（六）配合资财部合理安排资金支付，缓解资金紧张的矛盾。由于公司在建工程项目多，资金需要量大，导致公司资金紧张的矛盾比较突出，给我司物资采购工作带来了一定的困难，客户意见较大。为给公司分忧解难，供应公司在物资采购过程中，一是货款安排公开透明；二是按轻、重、缓、急合理安排资金支付额度和速度；三是最大限度地安排承兑汇票支付，尽量少使用现金支付货款；四是尽量向客户做好解释工作，以求得客户的支持和理解。由于措施得当，工作及时，既缓解了公司资金紧张的矛盾，又赢得了客户的理解和支持。

### 三、深化内部管理，规范内部运作。

一是加强标准学习，规范内部管理。我司积极配合公司关于进一步规范内部管理的要求，加强对《信息标准》、《总经理办公例会管理标准》等30余项标准的培训和学习，结合本部门实际情况，制定了相应的管理标准，并在工作中严格执

行，从而使内部管理工作更加标准化、制度化、规范化。

二是做好“内、外”沟通工作，进一步提高服务水平。我司员工既主动加强与销售、生产、质检等部门的工作联系，深入现场，了解情况，做到相互配合，共同协调，使工作中的问题得到及时解决，全面推进各项工作的顺利开展；又以“透明务实、平等互利”为原则，不论客户单位性质、业务量大小，一律一视同仁，既坚决反对业务活动中的走后门、拉关系等不良现象；又反对以任何理由刁难客户，提高服务质量，改进工作作风，强化服务意识，在原则范围内，尽其所能的为客户提供方便，并及时做好相关的解释工作，使客户真正感受到沱牌的公正、公开、公平，进一步提升了公司的形象和信誉。

三是加强职工教育和培训。在对员工做深入、细致的思想工作，贯彻学习党的十六届三中全会会议精神的同时，还针对供应公司工作量大，头绪多，人员少的特点，定期组织员工学习各类法律、法规和业务知识，并要求员工深入供货市场，业务单位和使用部门实地考察，加强沟通，增强了员工的实际操作能力。

四是抓廉洁教育，带廉洁奉公队伍。今年以来供应公司先后多次召开员工会议，除组织员工学习集团公司党委和上级纪委关于党风党纪廉洁自律的规定、收受贿赂犯罪等典型案例进行教育外，还结合供应公司业务交往中容易犯错误的特点，对员工提出了具体要求，公司经理、副经理以身作则，带头落实，相互监督，均收到了很好的效果。全年，共上交无法拒收的礼品28件，礼金2.86万元，做到了廉洁经营。

#### 四、存在的问题：

一是全年原辅燃料采购虽然总体完成情况较好，但需进一步提高计划的准确性和对市场行情的预测。

二是由于工作安排相对较紧，除通过网络、电话等方式了解市场行情外，不能派人深入实地进行市场考察，可能存在个别品种市场行情把握不够十分准确的现象。

三是虽然我司在淡季已与各分供方积极沟通，作了必要的旺季准备，但由于天马公司生产结构调整能力较差，不能同时满足公司多个短线品种同时需要，出现了个别品种的玻瓶不能及时供应的情况。

五、需公司解决的问题：

根据公司统一安排，我司已于5月份将五金材料、机零配件划归设备中心统一采购，但目前尚有部分已无业务往来的分供方还有部分余款未支付（其所送材料已全部用完、无质量问题、公司已出具验收单）。请公司及时解决。

## 电力物资管理工作总结篇二

通过采用组包线，人包变的管理模式，把线损指标任务分配到人，线损指标完成情况直接与工资挂钩，有奖有罚，有效提高组员的积极性，降低了线损。

### 2、加大用电电检查力度，更换不合格表计

从年初开始加大用电检查工作力度，杜绝了“三电”情况的发生，并禁止“跑、冒、漏、滴”情况，一年来共查出窃电户7户，追回损失4.98万元。查出表计烧坏90户，及时更换到期表计359块，其中包括高压用户表计70多组。

### 3、维护档案，保证营销系统统计数据的准确性

用户档案的准确与否关系到线损统计的准确程度，年初我班发现客户档案和营销系统中客户参数的混乱，致使统计数据误差是造成各条配网线路损率不稳定的主要因素，在中心

领导的支持下，我班协同其它各班组对所有的客户档案进行了核对、维护，并针对过去相邻线路用户档案混乱这一情况，到现场对这部分用户进行了逐一核对，保证了统计数据的准确性。

#### 4、采用摸底排查法，有效降低线损

年初开始我班要求组员必须对自己所管辖的台区和客户情况有一个最真实的了解掌握，对每个台区每个客户的用电负荷都要了如指掌、胸中有数。一旦线损升高，我们就可以通过每个客户的月度电量的增减幅度，对问题的出现有一个较为准确的判断，从而进一步深入细致地对客户进行摸底排查，同时也能查出许多隐蔽较深的问题。

通过采取有效降低线损的措施，和全班人员一年来的辛苦努力，我们较好的完成了线损指标，从指标完成情况不难看出综合线损比中心下达的指标降低了1.7个百分点。

### 电力物资管理工作总结篇三

在过去的一年多时间里，在部门领导的安排下，我主要参与完成了以下工作：

#### （一）营销监控中心建设

营销监控中心是通过对客户服务系统、95598系统、负控管理系统、需求侧管理系统、调度mis营销现场监控设备等资源的整合，建立了新的营销工作流程监控管理体系，真正实现端到端的管理，全面提高营销服务水平和层次。从年初建设开始，我参与了《xx电网公司营销服务中心系统建设》编写完善，建设过程中全程参与协调相关参建单位工作，并承担了监控中心的软硬件设备的日常管理和维护。系统投入试运行后，通过征求各部门意见，编写《营销服务中心系统需完善的内容》，年底组织监控中心验收，参与xx电网公司监控中

心后期建设思路□□□xx电网公司营销监控中心运行管理制度□□□xx电网公司营销监控中心岗位职责》等的编写完善。至今营销监控中心已累计完成功能开发累计73项，其中业务功能63项，数据填报功能10项。在业务功能中，发供电模块23项、需求侧管理15项、营销经营13项、优质服务10项、其它2项。

## （二）县级公司“一体化”工作

作为今年营销“三大工程”的全省营销信息“一体化”建设，我参与了《一体化客服系统推广实施方案及业务□□□xx电网公司县级供电企业营销信息“一体化”业务流程规范（试行□□□xx电网公司县级供电企业营销信息“一体化”电费核算细则（试行）》编写完善。针对“一体化”实施过程中暴露出来的网络问题，参与□xx电网营销一体化网络系统建设项目书》编写完善，并参与组织实施。与现场技术人员一道参与“一体化”客服系统交流会，收集整理各单位对系统的意见和使用过程中的问题，编写完成《一体化客服系统常见问题解答》。目前“一体化”已完成66个县公司689个供电所抄、核、收三大核心模块的实施。

## （三）昆明局五华分局试点建设7x24小时数字化营业厅

参与□7x24小时数字化营业厅建设方案》的编写完善，协调xx局、x电xx等相关单位在建设过程中出现的问题。目前7x24小时数字化营业厅土建部分已经完成，软件开发也已过半，很快将投入使用，届时用户可以24小时通过全自助方式，以现金或其他方式缴纳电费和办理查询、报装等业务，让用户更加快捷的完成业务办理，省时灵活，同时也节约了供电成本。

## （四）建设移动营销作业系统

参与□xx电网公司营销移动作业子系统方案□□□xx电网公司营

销移动作业子系统技术协议》的编写完善。组织协调xx局和x电xx结合xx电网的实际情况，在xx供电局稽查大队率先进行移动试点应用，目前主要实现了：综合查询、查询供电通知书、用户档案信息、审核整改通知单、填写现场处理单、问题记事本等稽查常用功能。

### （五）参与编写各种规范

参与编写完成□xx电网公司配电班组建设规范（共十六分册□□□□xx电网公司营销安全工作危险点预测及预控管理办法（试行□□□□xx电网公司市级供电企业营销标准体系□□□□xx电网公司县级供电企业营销标准体系》等规范。

### （六）完成计量处日常工作

完成西电东送电量结算、审核上网电厂电能计量装置配置、编制营销计量及营销项目并跟踪项目完成情况通过参与营销监控中心的建设，使我对营销各项工作流程有了全面的了解；通过县级“一体化”建设，使我对县公司的营销业务、流程、存在的问题有了一定的了解；通过数字化营业厅、移动营销作业系统的建设，使我认识到了信息化、自动化对一个企业发展的重要性；通过参与各种规范的编写，使我的文字水平有了一定的提高；通过计量处日常工作，使我对电能计量装置有了全面的认识，工作能力得到全面提高。

## 电力物资管理工作总结篇四

1. 企业的服务理念没有完全建立，在员工的思想当中没有搞清楚开展优质服务与企业的利益、市场营销的关系，认为优质服务是额外负加的工作，没有同自己的岗位工作有机结合起来。阶段性的短期突击行为在职工思想当中根深蒂固，甚至还有部分人存在“服务低人一等”的错误思想，服务工作中缩手缩脚，不好意思，难为情。制约了优质服务工作全



面深入的开展。

2. 优质服务没有同岗位工作有机的结合起来，往往是重形式、走过场，一个活动接一个活动轰轰烈烈地搞过以后，在具体的工作当中没有真正地体现出来。甚至有些人提到优质服务就是搞活动，上街宣传，发放用电宣传资料等。

3. 服务的体制不顺，体系不健全。客户服务应是一个全面设计、全员参加、全过程控制的整体，错误认为供电企业服务是一些直接面向客户的部门和员工的工作，在整个全过程控制的整体中没有真正形成：机关服务基层、生产服务经营、经营服务窗口、窗口服务客户的服务体系。

4. 服务的手段落后。在电力事故抢修中手段落后，抢修时间较长，停电范围较大，客户电费的收交手工操作，大客户跟踪管理跟不上发展的需求，报装接电手续的办理，并不是所说的“只要一个电话剩下的事由我们来做”，查询服务步骤较多。

6. 没有把优质服务融入企业文化的建设，供电企业服务品牌的定位、经营的战略、员工个人价值的实现等方面都不很明确。开展服务文化、塑造企业形象内容的社会活动较少。

## 电力物资管理工作总结篇五

在近年来开展的优质服务活动中，供电服务有了明显的改进。首问责任制，上门服务，“一口对外、内转外不转”的窗口服务，自2001年开展的“电力市场整顿和优质服务年活动”以来的承诺服务等，都取得了一定的进展，收到了良好的效果。但都停留在一种被动的、浅层的、单一化的服务上，没有完全从一种基于“以人为本”、注入企业文化建设内涵出发进行的全面建设，没有真正的体现出在服务中人的价值观的实现。必须在培育服务理念的思想中，提升员工的价值实现和员工竞争意识的培养。通过企业文化建设，把服务文化

渗透到企业的所有活动中，提高服务文化在企业中的重要性，使员工变被动服务为主动服务，变阶段性突击行为为融入岗位工作深层次的开展。理解优质服务与企业效益、个人利益的密切关系，是社会道德建设的重要组成部分。把注重个人形象同打造服务品牌结合起来，在同客户的服务交流中，通过人与人之间服务与被服务的沟通，达到文化沟通，使客户在优质服务中感受到实惠和愉悦的同时，使供用双方的道德情操得以陶冶和提高，传播企业文化，树立良好的品牌形象。