

# Технологическое обеспечение биллинга в энергосбытовых компаниях

**Владимир Лысенко**

руководитель направления «Энергетика и ТЭК»  
компания Xerox

**Алексей Бонев**

менеджер отраслевого маркетинга  
компания Xerox

Кризис напомнил энергетикам о забывшейся в последние годы проблеме неплатежей. Комплексные решения в сфере оптимизации абонентской рассылки не снимают всех вопросов по сбору платежей, но помогают выстроить процесс коммуникации сбытов с сотнями тысяч потребителей — физическими лицами и организациями.

К сожалению, текущий год подтвердил серьезность и затяжной характер кризиса в российской промышленности. Несмотря на отдельные позитивные новости в экономике говорить о том, что «дно» кризиса пройдено, явно преждевременно — отечественные проблемы имеют системный характер и быстро решены быть не могут. Трудности в промышленности, снижение спроса напрямую повлияли на «самочувствие» энергетики.

Традиционно промышленный сектор (энергоснабжение крупных предприятий) считался самым безрисковым и был для большинства энергосбытов важнейшим с точки зрения оборота: доходность, как правило, невысока, но платежи поступали в срок. Экономический кризис, сильнее всего ударивший по энергоемким отраслям — металлургии, машиностроению — очень быстро отразился на энергосбытовых компаниях. Осенью прошлого года отмечались сложности даже в считающихся благополучными регионами, например в Москве и Санкт-Петербурге.

Резкий рост стоимости банковских кредитов, снижение потре-

бления и спроса на электроэнергию сказываются на положении ЭСК и действительно вызывают опасения.

В то же время ситуация заставляет компании искать новые варианты и возможности на рынке. С учетом проблем в промышленности и непростых поисков схем реструктуризации долгов за отпущенную энергию внимание энергосбытов переключается на малый и средний бизнес, на физических лиц, потребление энергии которыми изменилось незначительно, более того, их состояние на сегодняшний день во многих регионах вполне платежеспособно.

*Каким же образом можно построить коммуникацию с этим многоликим потребителем, весомость которого во всем мире значительна и приносит основной доход сбытовым компаниям?*

Действительно, за рубежом зарабатывают за счет кропотливого налаживания отношений с населением и непромышленными организациями. Да, на Западе тарифы в бытовом секторе выше, чем в промышленном, и это пока только перспектива разви-

тия энергосбытовой деятельности в России, но готовиться надо уже сейчас, что и доказывает кризис.

Как известно, положение ЭСК зависит не только от объема подписанных договоров, но и от организации сбора платежей. Необходимо наличие серьезной биллинговой системы, формирование базы данных потребителей. Требуется четкое представление о клиенте: потребляемая мощность, график потребления, поведение с точки зрения оплаты. Это позволит в будущем предлагать различную тарифную политику для разных сегментов потребителей с максимальной выгодой как для поставщика, так и для клиента. Повышение регулярности платежей, сокращение коммерческих потерь, ликвидация просроченной и недопущение роста текущей дебиторской задолженности, оптимизация форм оплаты, воспитание платежной дисциплины и ответственности у потребителей — все это задачи не новые. Но совершенствовать способы их решения, автоматизировать и выстраивать технологические и маркетинговые подходы, оперативно реагировать на изменения законодательства, уметь договариваться с должниками (будь то бюджетная организация или рядовой гражданин), осознавать ответственность за свой регион и работать с наивысшей экономической эффективностью — это уже вызовы настоящего времени.

Центр биллинговой печати и рассылки обеспечивает потребности энергосбытовой компании как по-

ставщика услуг, взаимодействующего с сотнями тысяч абонентов. Основным документом, на базе которого строится коммуникация с клиентом, служит счет (квитанция). Специфика его подготовки заключается в том, что сроки создания, печати, упаковки и доставки, как правило, ограничены 3—5 днями, а объем рассылки составляет от десятков тысяч до нескольких миллионов документов. Несмотря на масштабность рассылки и ограниченный период подготовки необходимо избежать сбоев в цепочке от расчета до доставки квитанции потребителю. Ведь экономический успех деятельности ЭСК во многом зависит от контроля оплаты абонентами потребленной электроэнергии — это относится в первую очередь к срокам и суммам оплаченных счетов.

Традиционные виды квитанций-книжек постепенно уходят в прошлое, соответственно, энергосбытам не нужно размещать в типографиях заказы на их производство, складировать готовые абонентские книжки, а затем распространять среди потребителей. Клиент получает счет с указанием всех своих персональных данных — квитанцию, готовую к оплате. Абонент сегодня не должен ежемесячно переписывать показания счетчика, уточнять действующий тариф, льготы и текущую задолженность. Подобная схема удобна не только потребителю, но и энергосбытовой компании — клиентоориентированный подход приносит свои результаты. Радикально сокращается количество ошибок в «ручных» расчетах, а значит, снижается нагрузка на call-центры, уменьшается объем претензионно-исковой работы, увеличивается собираемость и точность платежей, повышается дисциплинаплательщиков. Ежемесячное напоминание и готовая квитанция значительно ускоряют процесс оплаты услуг.

Для того чтобы рассчитывать на корректную и своевременную оплату, организации стремятся оформить квитанцию таким образом, чтобы она была понятна любому потребителю. В связи с данным обстоятельством дизайн документа рас-

ценивается как важный фактор эффективности сбора платежей. Достаточно сказать, что использование энергосбытовой компанией подготовленных к оплате квитанций вместо абонентских книжек старого образца стало одним из наиболее простых и эффективных решений задачи сокращения абонентской задолженности. Опыт нескольких крупнейших ЭСК, перешедших на современные цифровые технологии коммуникации с потребителями, показывает, что правильные организационно-технологические процессы способны увеличить собираемость платежей до 95—100%. Отлаженная коммуникация с клиентом гарантирует к тому же оперативное информационное, юридическое и финансовое влияние на неплательщиков.

Федеральный закон «О персональных данных», вступающий в действие с 1 января 2010 г., требует соблюдения конфиденциальности персональной информации от операторов, работающих с данными потребителей. Для обеспечения закрытости такой информации операторы банковского сектора, телекоммуникационных компаний, а сегодня уже и ряда компаний ЖКХ применяют конвертовальное или бесконвертное оборудование и специальные программные средства для управления всем комплексом печати и конвертования.

В энергетике конвертование счетов пока явление редкое, однако, выполняя требования закона, надо использовать и новые возможности. Ежемесячная рассылка — надежный канал коммуникации с потребителями, позволяющий доставлять сообщения в каждый дом. При этом за счет размещения рекламы привлекаются дополнительные средства (по данным [www.epdreklama.ru](http://www.epdreklama.ru), стоимость публикации одного рекламного обращения размером в четверть формата А4 на едином платежном документе в Москве — от 1 руб. 40 коп.). Информационные сообщения сбытовой компании (тарифы, режимы экономики, изменение часов приема или открытие новых пунктов), предложе-

ние дополнительных услуг помогают активнее работать с физическими лицами. Так, некоторые ЭСК путем эффективной организации процессов сбора средств сумели переключить на себя объемы коммунальных платежей всего комплекса ЖКХ города или области, зарабатывая на каждом подготовленном отправлении.

Технологический комплекс печати и рассылки обычно включает централизованную печать и конвертование документов, содержащих переменные данные счетов-извещений и, возможно, напоминание об оплате. Система предусматривает разработку электронных форм документов, преобразование биллинговых сведений, маршрутизацию заданий, использование технологии печати переменных данных и конвертование. Адрес, персональная информация об абоненте передаются в виде потока данных из биллинговой системы в технологический комплекс и формируют извещение «на лету». Управляющая информационная система дает возможность осуществлять контроль над всеми процессами, готовить сопроводительную документацию для ФГУП «Почта России».

Экономическая оценка эффективности рассылки может быть следующей: 5% от годового объема реализации частным лицам, а для некоторых компаний с нерешенными проблемами по организации сбора платежей следует говорить и о большем потенциале. Оценочная цифра дополнительно собранных платежей оказывается вполне сопоставимой со стоимостью всего проекта. Кроме того, надо учитывать и ускорение процесса оплаты: абонент в срок получает извещение и в срок перечисляет средства, поскольку чувствует в ежемесячных извещениях постоянное внимание и контроль поставщика услуг.

Считается, что у компании появляется больше свободы действий, если она передает весь комплекс задач по рассылке одному исполнителю. Аутсорсинг позволяет ЭСК сконцентрироваться на главном, поручив ответственную, но рутинную работу

профессиональному партнеру. Выбор поставщика таких услуг обычно основывается на оценке ряда параметров, среди которых наибольшее значение имеют гибкость предоставления услуги в меняющихся условиях, качество отправок, соблюдение сроков и, разумеется, стоимость работ. В современной ситуации некоторые поставщики готовы предложить услугу по управлению комплексом рассылки на всей территории ответственности энергосбытовой компании.

При этом комплекс разворачивается за счет поставщика, организуется рабочий процесс, а заказчик услуг платит только за результат — готовые отправления.

В ряде случаев все же наиболее оптимальной является организация своего центра биллинговой печати на базе законченного решения поставщика с возможностью контроля рассылки в части безопасности, сроков и стоимости.

В комплексном предложении, как правило, предусматриваются:

- полномасштабное решение поставленной заказчиком задачи;
- совместное определение требуемых параметров комплекса, интеграционных работ и схемы сервисной поддержки;
- предоставление промышленных систем печати и конвертования на выбор по характеристикам производительности, надежности, функциональности;
- использование полноцветных систем для информационной или рекламной рассылки (поскольку счет приходит в каждую семью — генерируется дополнительная прибыль от рекламных агентств);
- установка программного обеспечения для печати переменных данных и контроля производственных процессов с гарантией 100-процентной точности результата; при этом утеря, ошибочная отправка чужого счета абоненту практически исключена;
- применение и передача наработанного при реализации аналогичных проектов опыта.

В последние годы подобные технологические комплексы успешно внедрены в ряде компаний. Например, ОАО «Мосэнергосбыт», крупнейшее энергосбытовое предприятие в России, с помощью оборудования промышленной печати решило задачу производства и рассылки более 5 млн счетов потребителям. В Челябинске для ежемесячного выставления счетов юридическим и физическим лицам, кроме монохромного комплекса, используется полноцветная система печати информационно-рекламных материалов. Также можно отметить аналогичные современные центры в МОЭК, в энергосбытовых компаниях Краснодара, Саратова, Ставрополя, Ростова-на-Дону.

Каковы преимущества организации *собственного* комплекса биллинговой печати и рассылки? В этом ряду следует упомянуть:

- оптимизацию рабочего процесса — сокращение сроков формирования, печати и доставки населению платежных документов;
- увеличение собираемости платежей за электроэнергию до 95% и выше;
- контроль качества, сроков и *конфиденциальности* персональных данных (база потребителей не передается внешней стороне, защита информации обеспечивается службой безопасности компании);
- сокращение издержек вследствие снижения себестоимости отпечатка;
- снижение нагрузки на операционный центр компании благодаря уменьшению количества ошибок и неточностей, возникающих при самостоятельном заполнении квитанции абонентом;
- получение дополнительного дохода при размещении целевой маркетинговой информации на обороте квитанции.

Кроме того, компания может быть заинтересована в интеграции решения с биллинговой системой,

централизованном управлении и контроле производства, подготовке почтовых форм Ф103, фиксированной стоимости одного отправления, отсутствии «скрытых» платежей, гарантированном времени реагирования сервисного инженера, полном сервисном контракте (с включением расходных материалов и запчастей), обучении персонала. Все эти составляющие рекомендуется учитывать в договоре.

Таким образом, сегодня очевидно, что информация в абонентской рассылке должна быть абсолютно понятной для потребителя, а формат присылаемого документа способствовать максимальной простоте оплаты. Кроме того, в соответствии с положениями закона счета-извещения являются конфиденциальными, то есть их необходимо упаковывать в конверты. Практика внедрения комплексов печати и рассылки в энергосбытовых компаниях показала, что соблюдение этих требований не становится дополнительной нагрузкой, а приносит выгоду поставщикам энергии.

Шаги, которые ЭСК предпринимает для совершенствования абонентской рассылки в бумажном или электронном виде, повышают эффективность взаимодействия с потребителями, а значит, улучшают имидж и значимость компании на рынке.

Прогнозы аналитиков пока не радуют, как и картина, сложившаяся в отрасли после реструктуризации РАО ЕЭС. Пресловутый передел собственности в энергосбытовом сегменте не исключен — в первую очередь он может коснуться предприятий, столкнувшихся с массовыми неплатежами, сложностями в получении заемных средств и высокими кредитными ставками.

В таких условиях оптимизация бизнес-процессов, связанных с продажей электроэнергии, учетом и сбором платежей, дает возможность энергосбытовым компаниям устоять в тяжелое кризисное время и открывает новые перспективы развития на посткризисном рынке.