

РАСЧЕТ ПЛАНОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВЫРУЧКИ ОТ ОКАЗАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ АО «АЛТАЙЭНЕРГОСБЫТ»

Демченко С. И. – студент группы 8Э(з)-71, Сташко В. И. – к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Известно, что доля выручки от дополнительных сервисов у энергосбытовых компаний в странах ЕС, доходит до 25%. Клиентам доступны услуги, которые не ограничиваются установкой приборов. Продуктовая линейка включает в себя как отраслевые сервисы, например, переход на специальные тарифы или энергетический консалтинг, так и смежные, прежде всего финансовые, в том числе кредитование и страхование объектов [1].

Российские показатели пока заметно отстают. В среднем на данный момент, в России энергосбытовые компании получают от дополнительных услуг не более 7–10% от выручки.

Но, тем не менее, в российских компаниях всё же отмечают высокую прибыльность дополнительных платных сервисов (ДПС), предоставляемых клиентам. Маржинальный доход ДПС в целом выше, чем доход от продажи электроэнергии. Развитие дополнительных услуг позволяет энергосбытовым компаниям повысить свою ценность для клиентов и свою конкурентоспособность, улучшить взаимоотношения с потребителем, обеспечить переход от энергонадзора к многопрофильной сервисной компании [1].

Как показывает только зарождающаяся в России практика продажи доп. услуг, потребности эти могут быть самыми разнообразными. К примеру, компания «Новосибирскэнерго-сбыт», которую регулярно отмечают за широту продуктовой линейки, оказывает более 100 видов услуг, включая помощь с подготовкой документов, получение ТУ в сторонних организациях, монтаж и наладку схем электроснабжения и т.д.

Исходя из выше сказанного, для современной энергосбытовой компании является очень важным планирование деятельности по оказанию ДПС, и расчет основных показателей по этому виду деятельности.

В настоящее время, расчет планового показателя выручки от оказания услуг по подготовке технической документации $V_{m\partial}^M$ рассчитывается на месяц индивидуально для каждого клиентского офиса, по следующей формуле:

$$V_{m\partial}^M = V_{m\partial} \times (k_{юл}/K_{юл} + k_{фл}/K_{фл} + k_u/K_u)/3, \text{ при } k_u > 0, \text{ иначе } V_{m\partial}^{кв} = 0, \quad (1)$$

где $V_{m\partial}$ – планируемая величина выручки от оказания услуг по подготовке технической документации на месяц (в соответствии с бизнес-планом);

$k_{юл}$ ($K_{юл}$) – количество потребителей юридических лиц на территории обслуживания данного клиентского офиса;

$k_{фл}$ ($K_{фл}$) – количество потребителей физических лиц на территории обслуживания данного клиентского офиса;

k_u (K_u) – количество инженеров-инспекторов клиентского офиса, кроме инженеров-инспекторов управления ТО/филиала.

В случае, если $k_{юл}/k_u > 300$, для расчёта используется понижающий коэффициент 0,8.

Аналогичным образом производится расчет планового показателя выручки от оказания экспертных услуг $V_{э}^M$, планового показателя выручки от оказания услуг по установке и обслуживанию приборов учёта $V_{у\partial}^M$, и планового показателя выручки от выполнения электро-монтажных работ $V_{эл}^M$.

На этапе согласования плановых величин допускается перераспределение плановых величин между клиентскими офисами одного структурного подразделения по согласованию с заместителем генерального директора по развитию и маркетингу на основании служебной записки за подписью руководителя подразделения.

Таким образом, в каждом из структурных подразделениях, решаются следующие основные задачи:

- организация реализации электроэнергии в соответствии с условиями заключенных договоров энергоснабжения (купли-продажи электрической энергии (мощности));
- организация проведения мероприятий по сохранению и расширению клиентской базы филиала;
- обеспечение проведения мероприятий по снижению просроченной дебиторской задолженности по потребителям, находящимся на обслуживании филиала;
- обеспечение выполнения дополнительных (энергосервисных) услуг;
- соблюдение требований СМК, применительно к деятельности подразделения.

Расширяя спектр своих предложений, сбытовые компании вышли на спорную, казалось бы, для них территорию – энергосбережения и энергоэффективности. Снижение объёмов потребления, на первый взгляд, невыгодно сбытовым организациям, так как напрямую ведёт к уменьшению выручки и сбытовой надбавки. В то же время, как объясняют сами представители рынка, экономия энергии позволяет снизить потребление в пиковые часы, а также помогает бюджетным организациям не выйти за лимиты финансирования. Это в свою очередь позитивно влияет на платёжную дисциплину. А по экспертным оценкам, дебиторская задолженность потребителей обходится поставщикам в сумму до 15% от выручки. Но главное – энергосервис и энергоаудит, направленные на более эффективное расходование электроэнергии, сами по себе являются перспективным и доходным бизнесом, а дополнительный заработок от них превышает потери в сбытовой надбавке.

Энергоэффективность и энергосбережение стали элементами стратегии для недавно созданного АО «Энергосбыт Плюс». Меньше года назад «КЭС-Холдинг» завершил реорганизацию своих сбытовых активов под единым брендом. Предполагается, что новая компания станет не только поставщиком ресурсов для населения, но также оператором комплексных услуг в сфере энергосбережения и единым центром ответственности перед потребителем. Сегодня организация предлагает, в частности, проектирование, поставку и монтаж оборудования – от светильников и индивидуальных тепловых пунктов до полного переоборудования котельных, вплоть до автономной генерации.

Несколько лет назад сбыты, как и многие другие предприятия, приступили к выполнению энергосервисных контрактов. Этот вид договоров активно внедряется в регионах начиная с 2010–2011 годов и особенно востребован муниципалитетами, которые получают возможность поэтапно оплачивать модернизацию инфраструктуры и экономить за счёт перехода на энергосберегающие технологии. Для сбытов это не менее интересное и перспективное направление, даже несмотря на отдельные трудности. К примеру, АО «Алтайэнергосбыт» было вынуждено повысить стоимость энергосервисных контрактов, включив в неё процент по кредитам, так как собственных средств на реализацию контракта не было. «Тем не менее, компания постоянно открывает новые возможности для реализации энергосберегающих мероприятий на территории Алтайского края и Республики Алтай», – отмечают в сбытовой организации. В 2018 году предприятие заменило около 2,0 тысяч светильников в Бийском районе.

Энергосбытовые компании остаются первым местом, куда потребитель обращается по вопросу энергозакупок, но новые игроки, в том числе поставщики потребительских товаров и телекоммуникационных услуг, предлагают конкурентоспособные сервисы, традиционно закреплённые за сбытовыми компаниями, такие как энергетический аудит и консалтинг, интегрированные решения по контролю и мониторингу, оборудование для генерации».

Чтобы не отдать рынок новым игрокам, энергосбытовым предприятиям приходится вести экспансию на рынке энергетических, коммунальных и смежных с ними услуг. Кроме того, организация готова помочь клиентам с выбором подрядчиков по тем видам услуг, которые не оказывает сама.

Направление дополнительных услуг успешно не только в Московском регионе, но и в целом по Группе «Интер РАО», показывает отчётность компании. По итогам 2014 года выручка от платных сервисов энергосбытового подразделения превысила 2,7 млрд рублей.

Но помимо экономических соображений, развитие допуслуг привело к другим интересным результатам. Итоги опроса клиентов Мосэнергосбыта, которые считаются показательными для всего сегмента, говорят о повышении удовлетворённости качеством предоставляемых услуг [2].

Дополнительные сервисы позитивно сказались на повышении лояльности персонала сбытов. «Развитие ДПС позволяет повысить уровень персонала. Опыт показывает, что за счёт правильно выстроенной мотивации на продажу и оказание ДПС можно увеличить доход работника компании, повысить лояльность персонала и снизить отток квалифицированных кадров, что сейчас очень актуально для отрасли в целом».

Список использованных источников:

1. Юлия Макарова. Сбыт мечты // Журнал об энергетике России «Энергия без границ», № 3 (34) сентябрь-октябрь 2015 г., С. 10-13.
2. Прейскурант дополнительных услуг ПАО «МОЭСК». Утверждён приказом ПАО «МОЭСК» от 09.02.2018 №122. URL: <https://www.moesk.ru/client/services/doc/Preis-2019-02-04.pdf> (Дата обращения: 25.03.2019).