

минкульту, фестиваль получил еще и федеральную поддержку, стал международным. «Каждый год в адрес фестиваля приходит все больше и больше высокохудожественных заявок от театров из России и зарубежья. Что касается будущего, то очень хочется выйти за пределы Перми. Хочется иметь возможность показывать фестивальные спектакли на больших сценах города, в малых городах края, хочется приглашать в качестве гостей и участников фестиваля звезд мирового театра, хочется иметь свою постоянную площадку, хочется проводить лаборатории и семинары. Хочется, чтобы „MONOfest“ был круглогодичным событием, а не четыре дня в году. И мы идем в этом направлении», — резюмирует Нина Соловей.

**ФЕСТИВАЛЬНАЯ СМЕТА** Как сообщили в пресс-службе министерства культуры Пермского края, объем финансирования фестивальных проектов в Пермском крае в прошлом году составил 104,8 млн руб. В этом году он вырос более чем наполовину и достиг 170,1 млн руб. В числе фестивалей, получающих поддержку краевого минкульту, Международный Дягилевский фестиваль, фестиваль воздухоплавания «Небесная ярмарка», фестиваль исторической реконструкции «Большие маневры на Хохловских холмах», театральный ландшафтный фестиваль «Тайны горы Крестовой», литературный фестиваль «Компрос», Международный фестиваль органной музыки, Международный фестиваль «Джаз-лихорадка», Пасхальный фестиваль, международный фестиваль документального кино «Флаэртиана». Список фестивалей еще окончательно не сформирован. Все крупные фестивальные проекты объединены брендом «Пермский период. Новое время».

Эксперты уверяют, что сегодня практически невозможно провести серьезное масштабное событие без участия бюджетных средств. «Но постоянная смена условий финансирования, законов и тех, кто распределяет это финансирование, — особая история. И часто идеологи каких-то интересных творческих проектов, сталкиваясь с этой жизненной необходимостью, предпочитают отказаться от своей инициативы уже на стадии подачи заявки. И есть многие, кто до сих пор ждет, что им за суперидею „сами придут и сами дадут“. Идея фестиваля — это 5% фестиваля. Все остальное — это проектирование, отчеты, согласования. И всегда — дефицит бюджета», — пояснила Нина Соловей. По ее словам, у хороших организаторов, как правило, возникает желание развивать свой фестиваль и поднимать его уровень, а это требует повышения бюджета. «Иногда этот вопрос могут решить положительно, а иногда официально громкими словами поддерживают, но по факту это никак не отражается на финансировании. Сделайте, говорят, нам еще лучше, чем прежде. Но за те же деньги. А то, что ежегодно растут прайсы гостиниц, стоимость авиабилетов и прочие расходы, во внимание не берут. Иногда, наоборот, приходит значительная финансовая поддержка, и ты просто не имеешь права снижать планку или это будет твой последний фестиваль», — продолжает Нина Соловей.

Наиля Аллахвердиева подчеркивает, что сегодня для развития более масштабного фестивального движения не хватает системы инструментов поддержки проектов. Пермский рынок не очень активен, и возможность привлечь частных спонсоров есть не всегда, вся нагрузка ложится на бюджет. «И тут действительно важна культурно-политическая стратегия относительно того, что, где и как поддерживается», — говорит она.

Другой вопрос, который стоит сегодня перед организаторами фестивалей, — как повысить творческую активность населения. «Нужно не только придумывать фестивали „сверху“, но и думать, как включать к соучастию в них горожан. Это гораздо более далеко идущие цели, чем знакомство населения с уникальными практиками, художниками. Вопрос в том, как фестивали должны изменить людей», — пояснила Наиля Аллахвердиева.

# Единый. Платежный. «Электроэнергия Плюс»

*ПАО «Пермэнергосбыт», крупнейший участник энергосбытового рынка в Пермском крае, год за годом все больше диверсифицирует свою деятельность, сосредоточивая усилия на других, «нерегулируемых» видах деятельности. Одним из основных сервисных проектов компании стал биллинг для ресурсоснабжающих и управляющих недвижимостью организаций. Первый агентский договор на оказание таких услуг компания заключила десять лет назад. Сегодня счет клиентов идет на сотни, а количество расчетных лицевого счетов — на сотни тысяч. О потенциале рынка биллинговых услуг и планах работы на этом рынке рассказывает генеральный директор ПАО «Пермэнергосбыт» Игорь Шершаков.*

**— Самый поверхностный вопрос: зачем энергосбытовой компании проекты на рынке биллинга?**

— У нас есть лучшая, на мой взгляд, база для реализации таких проектов — от программного обеспечения до филиальной сети и удаленных клиентских сервисов. Мы много лет работаем на этом рынке, считаем «электрику»; исторически в Пермском крае сложилось так, что большинство клиентов-физлиц оплачивают электроэнергию напрямую, минуя управляющие компании. В 2009 году решили ввести расчеты для других организаций ЖКХ. Начали с небольших задач по расчету ТСЖ Перми и поселка Юго-Камского. Обкатали на небольших объемах модель и начали работать с крупными управляющими компаниями и ресурсоснабжающими организациями (РСО). Сегодня на расчетах по всем услугам — примерно 350 тыс. лицевого счетов, без учета лицевого счетов по электроэнергии. Работаем со всеми, от ТСЖ с несколькими сотнями лицевого счетов до крупнейших РСО, «тепловиков», водоканалов. Есть и еще один стимул: многие клиенты являются еще и нашими потребителями. Помогая им с биллингом и сбором средств, мы помогаем и себе: чем выше процент сбора, тем меньше наша дебиторка.

Есть компетенции, и нужно использовать их для реализации новых проектов, которые к тому же помогают в основной деятельности. Тем более в ситуации массового перехода клиентов на прямые платежи в РСО и движения в сторону единого платежного документа (ЕПД).

**— Переход на прямые платежи сильно изменил ситуацию на рынке биллинга?**

— Конечно. Этот рынок и появился только благодаря прямым платежам. Хотя все шло к тому, что УК и ТСЖ передадут со временем расчеты сторонним организациям. Биллинг — сложная штука: для получения результата нужен целый комплекс инструмен-

тов, и без профильной компании обойтись трудно.

Что касается ЕПД, то мы фактически реализовали такой проект в Горнозаводске и Чайковском еще восемь-девять лет тому назад безо всяких сигналов с федерального уровня. В ряде других населенных пунктов — Кунгуре, Яйве, Александровске, Соликамске, Куеде, Барде, Очере, Лысьве, Перми и так далее, — жители получают квитанции «Электроэнергия Плюс», в которых к электроэнергии добавлены другие услуги, от холодного водоснабжения до содержания жилья. В Октябре и Яйве мы взяли на себя социальную нагрузку и собираем в наших квитанциях плату за социальный наем жилья. Местные власти не могли сами делать такие расчеты и выставлять квитанции — слишком дорого.

**— Какой у вас уровень сбора по квитанциям «Электроэнергия Плюс» и ЕПД?**

— В среднем — 97,9%. Все зависит от конкретной ситуации, формата квитанции. В Кизеле мы считали оплату за воду отдельной квитанцией, получалось 60% сбора. Но для Кизела 60% при таком формате квитанции — это серьезная цифра. В Кунгуре, где квитанция «Электроэнергия Плюс», мы считаем теплоснабжение и горячее водоснабжение — сбор достигает 95%. В Лысьве — 99–100%, та же ситуация в Яйве и Александровске.

**— За счет чего удается обеспечить такой сбор?**

— Как обычно, работают и пряник, и кнут. Уровень клиентского сервиса «Пермэнергосбыта» для многих ресурсников, УК и ТСЖ недостижим по объективным причинам. Некоторые из них все еще ведут расчеты или в Excel, или вообще на бумаге.

Помимо самой большой в отрасли сети офисов, у нас есть масса инструментов для взаимодействия с клиентами через Интернет. Личный кабинет на нашем сайте, чат-боты в популярных мессенджерах и даже социальной сети «ВКонтакте», теле-



фонный контакт-центр, возможность оплаты без комиссии как в личном кабинете, так и в Сбербанке, на почте, — все эти сервисы упрощают жизнь клиентов, улучшают платежную дисциплину. Да и сам по себе фактор ЕПД играет позитивную роль: вместо трех-четырех квитанций разного формата потребитель получает один понятный и привычный документ от «Пермэнергосбыта», в котором отражены все расчеты. Кстати, от получения «бумаги» вы можете отказаться, оформив доставку квитанции в формате PDF на электронную почту. Многие не любят лишние бумажки в почтовом ящике.

Ну и конечно, кнут в лице эффективной работы с должниками. Звонки, SMS-сообщения, письма-предупреждения, а на крайний случай — отключение от энергообеспечения, взыскания через суд. Такие меры хорошо стимулируют определенную категорию граждан к оплате услуг ЖКХ по нашей квитанции. Поэтому, мне кажется, называть единым платежный документ без расчетов за электроэнергию не совсем корректно. Именно «электрика» порой позволяет обеспечить необходимый процент сбора.

**— Клиент фактически передает вам свои финансовые потоки. Как он может контролировать поступление средств?**

— Мы всегда предоставляем клиенту доступ к базе, и он может видеть объемы и сроки поступления платежей. Кроме того, помогаем клиентам выгружать информацию в ГИС ЖКХ, что сегодня является обязательным для организаций этой отрасли и многим создает дополнительную «головную боль».

А порой наш биллинг позволяет клиенту грамотно администрировать работу, особенно в ча-

сти учета объемов потребленных ресурсов. Например, некоторые водоканалы фактически не вели такой учет, при отсутствии переданных показаний не выставляли счета. Мы же быстро «выкатили» счета со средним или нормативным начислением, стимулируя потребителя передавать показания приборов учета. Теперь клиент плюс-минус точно знает, какой объем ресурса поставил и сколько денег должен получить с потребителя.

**— Какова стоимость ваших услуг при заключении договора биллинга?**

— Все очень индивидуально: для ТСЖ с сотней квартир одни условия, для ресурсника с тысячами лицевого счетов — другие. Вопрос не только в объемах. С каждым нашим новым клиентом у нас чаще всего уже есть история отношений. Это тоже играет свою роль при определении цены.

Сегодня мы переходим на систему эффективных контрактов: чем выше процент сбора, тем выше процент нашего вознаграждения. Конечно, такие контракты мы заключаем при объемах от 500 лицевого счетов.

**— Какие показатели эффективности проекта развития биллинга на 2019 год?**

— Целевой показатель — увеличить клиентскую базу в 1,5–2 раза. Мы находимся в постоянном переговорном процессе как с маленькими ТСЖ, так и с крупными муниципальными «ресурсниками». С последними, как это ни странно, сложнее: некоторые почему-то предпочитают рассчитывать все самостоятельно, содержать персонал и недополучать выручку. Работаем, убеждаем, и думаю — у нас все-таки получится достигнуть заявленных показателей.