



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Рейтинг постачальників газу



2021 рік (Пілотний випуск)





USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



© ГО "Діксі Груп", 2021

Матеріал підготовлено в рамках Проєкту USAID "Прозорість Енергетичного Сектору", який виконує аналітичний центр DiXi Group. Випуск цього дослідження став можливим завдяки підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Інформація, викладена в цьому дослідженні, є виключною відповідальністю DiXi Group і за жодних обставин не може розглядатися як така, що відображає позицію USAID чи Уряду США.

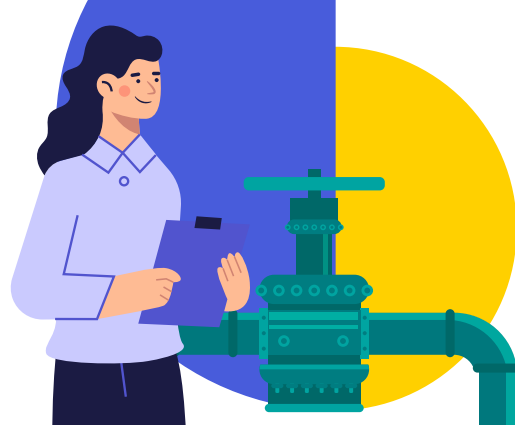


Зміст

РЕЗЮМЕ	4
ПРО РЕЙТИНГ	7
1. ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ	9
2. РЕЙТИНГИ ЗА КАТЕГОРІЯМИ	10
2.1. Онлайн сервіси	11
2.2. Комерційні пропозиції	12
2.3. Інформування споживачів	13
2.4. Прозорість та ділова активність	14
3. РЕЙТИНГИ ЗА ІСТОРИЧНИМ СТАТУСОМ	15
3.1. Постачальники, які брали участь у ПСО	15
3.2. Постачальники, які не брали участь у ПСО	16
4. АНАЛІТИКА РЕЙТИНГІВ	17
МЕТОДОЛОГІЯ	23
ДОДАТКИ	26



Резюме



Одним із ключових пріоритетів інтеграції України в європейський енергетичний простір є ефективне функціонування ринку газу, що має стати потужним кроком у напрямку демонополізації, відкритості та прозорості ринку, посилення конкуренції серед компаній-постачальників та покращення обслуговування споживачів.

Аналітичний центр DiXi Group бачить свою роль у тому, щоби сприяти розвитку конкурентного ринку газу через незалежний моніторинг його реформування, виявлення та об'єктивне оцінювання ринкових трендів, сприяння формуванню прозорості і недискримінаційної політики, основаної на аналізі даних і фактів.

Рейтинг постачальників є регулярним аналітичним продуктом, спрямованим на розвиток роздрібного ринку газу через активізацію конкуренції та посилення споживачів. Цей випуск є пілотним виданням рейтингу. Оцінка буде здійснюватися щопівроку.

Рейтинг, головним чином, спрямований на дві цільові аудиторії - **постачальників** та **споживачів**. Споживач отримує доступ до оцінки онлайн сервісів, комерційних пропозицій, прозорості та ділової

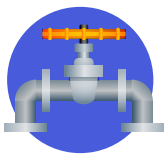
активності провідних газопостачальних компаній. Рейтинг покликаний допомогти споживачам раціоналізувати вибір кращого постачальника, скорочуючи витрати часу і коштів, а також ризики при прийнятті рішення та в процесі подальшого отримання послуг.

Регулярне оновлення рейтингу спрямоване на формування здорового конкурентного середовища серед постачальників. Доступ до оцінки роботи конкурентів забезпечить поінформованість про найкращі практики на ринку та допоможе постачальникам удосконалювати свою комерційну діяльність з орієнтацією на потреби споживачів. Також, результати рейтингування можуть бути цікавими потенційним інвесторам і новим гравцям, які розглядають можливість виходу на ринок, для розуміння ступеню сформованості конкурентних переваг гравців ринку та застосовних комерційних практик.

Детальну, систематизовану інформацію про результати оцінювання ТОП-50 постачальників газу за індикаторами рейтингу можна отримати на замовлення (author@dixigroup.org)



Ключові висновки



Результати оцінювання та рейтингування постачальників газу України, що здійснені у червні 2021 року, дозволяють дійти таких висновків:

- **Низький середній рейтинговий бал ТОП-50 постачальників (0,240)¹ свідчить, що роздрібний ринок газу поки що незрілий та перебуває на стадії формування.**

Серед іншого, це зумовлено відносно недавньою лібералізацією сегменту постачання газу населенню (домогосподарствам) - найбільш чисельної групи споживачів. У переважної більшості постачальників є великий простір для вдосконалення своєї ринкової діяльності та нарощування конкурентних переваг - через розширення набору сучасних онлайн сервісів, збільшення асортименту та гнучкості комерційних пропозицій, покращення інформування споживачів та, особливо, прозорості.

- **Між постачальниками є великі розриви у рівні конкурентоспособності.**

Компанії можна умовно розділити на три групи: "лідери" (загальний рейтинговий бал в межах 0,7-1) - у пілотному випуску Рейтингу ця група взагалі відсутня, "середняки" - 18 постачальників (загальний рейтинговий бал в межах 0,3-0,7) та "приховані резерви" - 32 постачальника (загальний рейтинговий бал до 0,3). Доволі високий середньоквадратичний коефіці-

єнт варіації рейтингового балу (44,1%) свідчить, що вибірка ТОП-50 постачальників є неоднорідною за рівнем розвитку ринкової діяльності. Середній рейтинговий бал компаній у групі "середняки" (0,345) практично у 2 рази перевищує показник групи "приховані резерви" (0,181). А різниця у балах між першою та останньою компаніями рейтингу становить 15 разів.

- **Між рейтингом постачальників та обсягом продажу газу спостерігається зв'язок середньої сили.**

Коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона (0,48)² в цілому свідчить про поки що недостатньо сильний зв'язок між загальним рейтинговим балом постачальника та його обсягом продажу газу й часткою на роздрібному ринку. Такий зв'язок імовірно пояснюється тим, що домінуючим фактором при виборі споживачами постачальника поки що є ціна на газу. При подальшому становленні роздрібного ринку, а також за умов відкриття кращого доступу до ресурсу на оптовому ринку, очікується тенденція вирівнювання цін між постачальниками та поступове збільшення значущості нецінових факторів при виборі чи зміні постачальника.

¹ Максимально можливий загальний рейтинговий бал, а також за будь-якими індикаторами чи категоріями Рейтингу становить 1.

² Коефіцієнт кореляції обчислено без урахування двох компаній, що є статистичними девіаціями.



● **Середні бали постачальників у рейтингах за чотирма категоріями істотно різняться.**

Найвищі рейтингові бали компанії демонструють у категорії “Інформування споживачів” (середній бал - 0,440). Оцінки у категоріях “Онлайн сервіси” (0,332) та “Комерційні пропозиції” (0,245) є доволі низькими, отже, компанії мають значний потенціал для покращення діяльності у цих напрямках. Найнижчий бал постачальники отримали в категорії “Прозорість та ділова активність” (-0,015). Це пов'язано з поки що несформованою культурою прозорості в частині розкриття даних про кількість споживачів, публікації фінансової та нефінансової звітності. 19 із 50-ти постачальників (38%) не опублікували свою фінансову звітність за 2020 рік, а нефінансову - 38 компаній (76%). 27 постачальників визначили дані про кількість своїх побутових та непобутових споживачів³, як конфіденційні. Причому, у категоріях “Комерційні пропозиції” й “Прозорість та ділова активність” взагалі відсутня група лідируючих компаній.

● **Постачальники, які історично брали участь у ПСО (пПСО), демонструють вищі оцінки порівняно з постачальниками, що не були учасниками ПСО (нПСО), за всіма категоріями рейтингу.** Середній загальний рейтинговий бал пПСО (0,298) у 1,86 рази перевищує аналогічний показник

нПСО (0,160). Причому серед постачальників, які займають перші 25 позицій рейтингу, 21 - це пПСО і лише 4 - нПСО. Найбільший розрив між цими групами спостерігається у категорії “Онлайн сервіси” - середній бал пПСО (0,439) більш, ніж удвічі перевищує оцінку нПСО (0,186) з огляду на історично усталену практику взаємодії “газ-збутів” із побутовими споживачами.

За іншими напрямками розриви є відчутно меншими. У категорії “Комерційні пропозиції” середній бал пПСО (0,282) майже у півтори рази вищий за показник нПСО (0,194). А у категорії “Інформування споживачів” відмінність між оцінками цих груп (0,471 і 0,397) є мінімальною - близько 1,2 рази. У категорії “Прозорість та ділова активність” обидві групи компаній отримали найнижчі оцінки; причому, нПСО характеризуються від'ємним середнім балом -0,058, передусім через закритість даних про кількість споживачів.

● **Значний прогрес компаній у рейтингу можливий** - у разі їхньої готовності підвищувати прозорість, впроваджувати сучасні формати онлайн обслуговування та створювати ширший асортимент комерційних пропозицій з урахуванням потреб клієнтів.

³ Дані про кількість споживачів щоквартально подаються постачальниками до НКРЕКП у формі звітності № 5-НКРЕКП-газ-моніторинг (квартальна).



7

Рейтинг постачальників газу
2021 рік (Пілотний випуск)

Про рейтинг



Рейтинг постачальників газу -

інструмент, який дозволяє проводити регулярне оцінювання компаній за набором індикаторів, формувати їх загальний рейтинг, а також рейтинги за окремими категоріями і групами постачальників, робити аналітичні узагальнення та відстежувати прогрес.



Мета рейтингування -

сприяти поступу роздрібного ринку газу з урахуванням кращих європейських практик. Для відстеження розвитку постачальників та ринку в цілому, рейтинг готується двічі на рік.

Основні завдання “Рейтингу постачальників газу”:



1

Активізувати конкуренцію і стимулювати постачальників

до формування та постійного посилення конкурентних переваг, покращення якості послуг і взаємодії зі споживачами;



2

Допомогти споживачам приймати рішення щодо вибору кращого постачальника

на основі їх порівняння за важливими характеристиками.



Індикатори оцінювання компаній сформовані на основі конкретних нормативних вимог та кращих європейських практик комерційної діяльності постачальників. Всі індикатори згруповані в чотири категорії, що відображають різні аспекти роботи компаній з основним фокусом на взаємодію зі споживачами:

**Онлайн сервіси****Комерційні пропозиції****Інформування споживачів****Прозорість та ділова активність**

1

2

3

4

Онлайн сервіси характеризують надання споживачам сучасних послуг, що полегшують і роблять їхню взаємодію з постачальником більш швидкою, якісною і комфортною.

Комерційні пропозиції характеризують рівень клієнтоорієнтованості та гнучкості постачальників при визначенні цін на газ, надання інших супутніх послуг, які створюють вищу цінність та більш повно задовольняють потреби споживачів.

Інформування споживачів характеризує якість та повноту надання постачальником інформації, важливої для прийняття рішень, забезпечення поінформованості споживачів про свої права та формування більш зрілої й активної ринкової поведінки.

Прозорість та ділова активність характеризує розкриття постачальником своєї фінансової та нефінансової звітності, рівень комерційної активності, що непрямо свідчать про його надійність.



Оцінювання постачальників здійснюється за вибіркою ТОП-50 найбільших компаній (за обсягом постачання⁴) на основі моніторингу їхніх офіційних веб-сайтів, а також даних НКРЕКП, отриманих в рамках звітності ліцензіатів.

Максимально можливий рейтинговий бал постачальників у загальному рейтингу та рейтингах за категоріями - 1 (детальніше - у розділі "Методологія").

⁴ Для формування вибірки використовується показник загального обсягу постачання газу всім групам споживачів за певний період (у пілотному випуску Рейтингу - за 2020 рік).

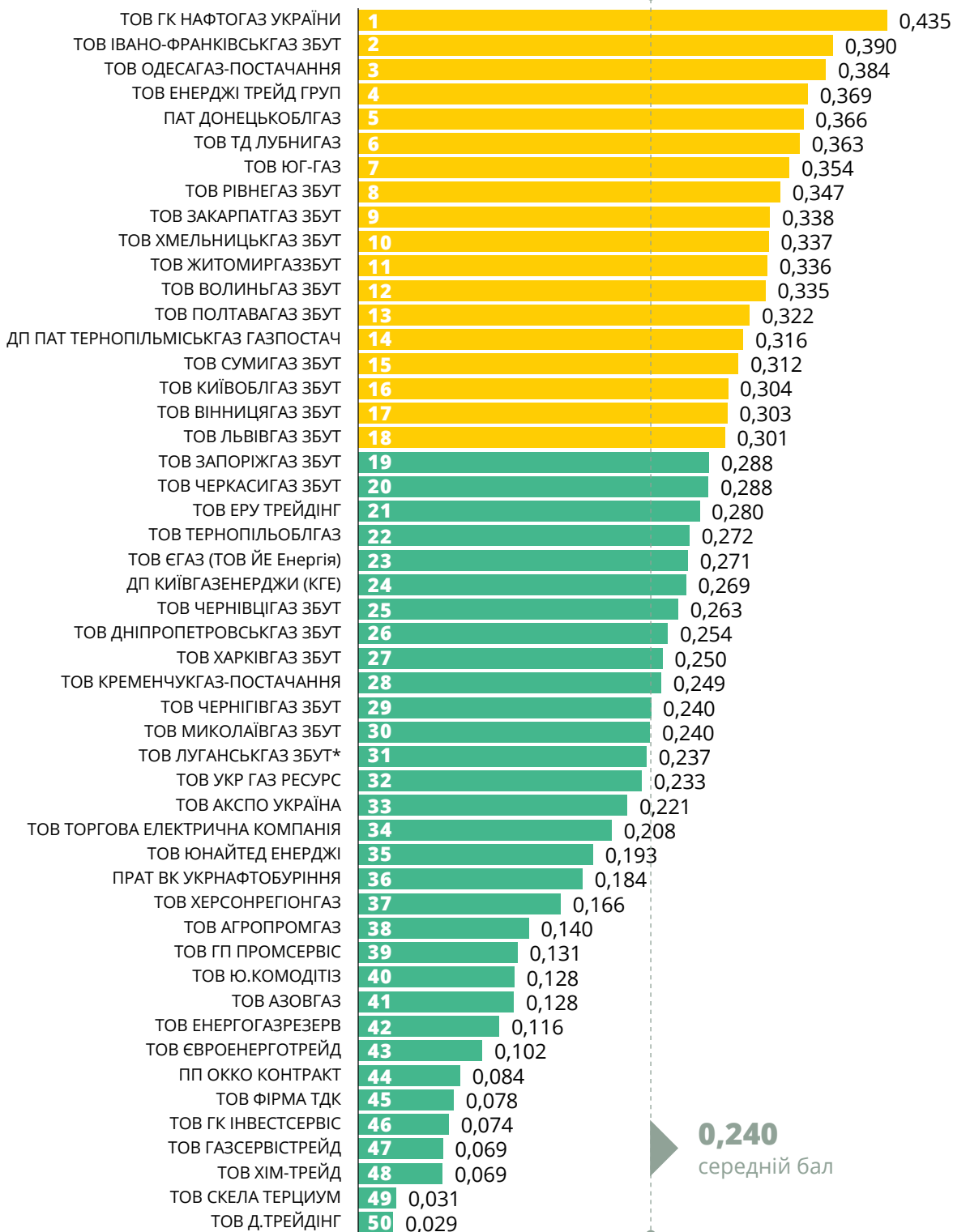


1. Загальний рейтинг постачальників

● Лідери

● Середняки

● Приховані резерви

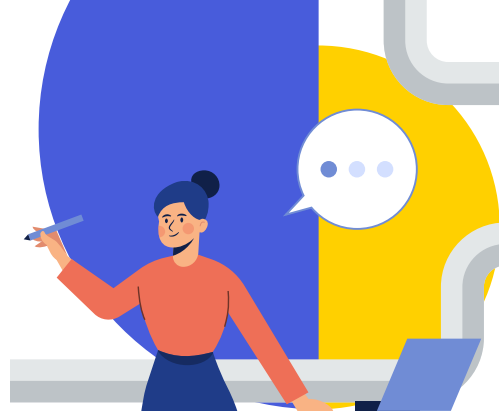




10

Рейтинг постачальників газу
2021 рік (Пілотний випуск)

2. Рейтинги за категоріями



Онлайн
сервіси



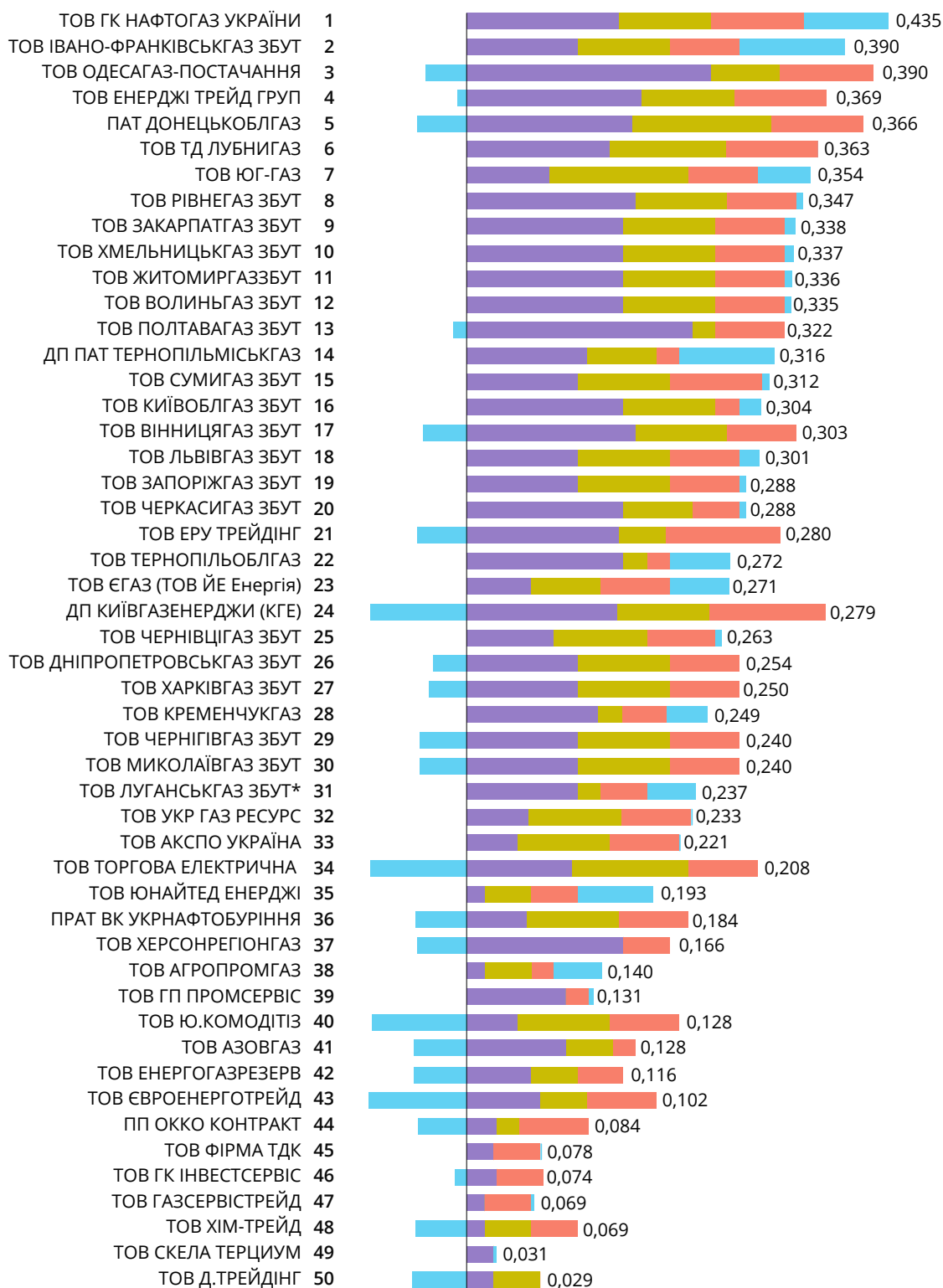
Комерційні
пропозиції



Інформування
споживачів



Прозорість та
ділова активність

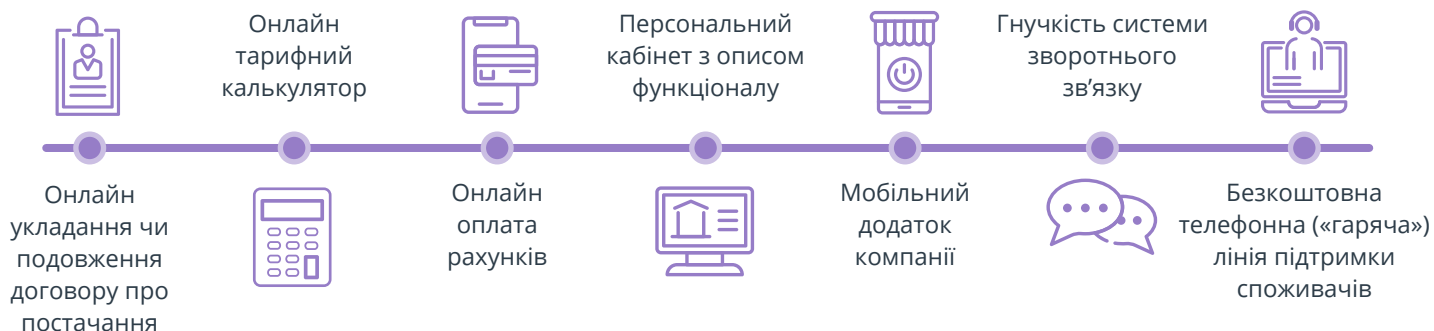




2.1. Онлайн сервіси



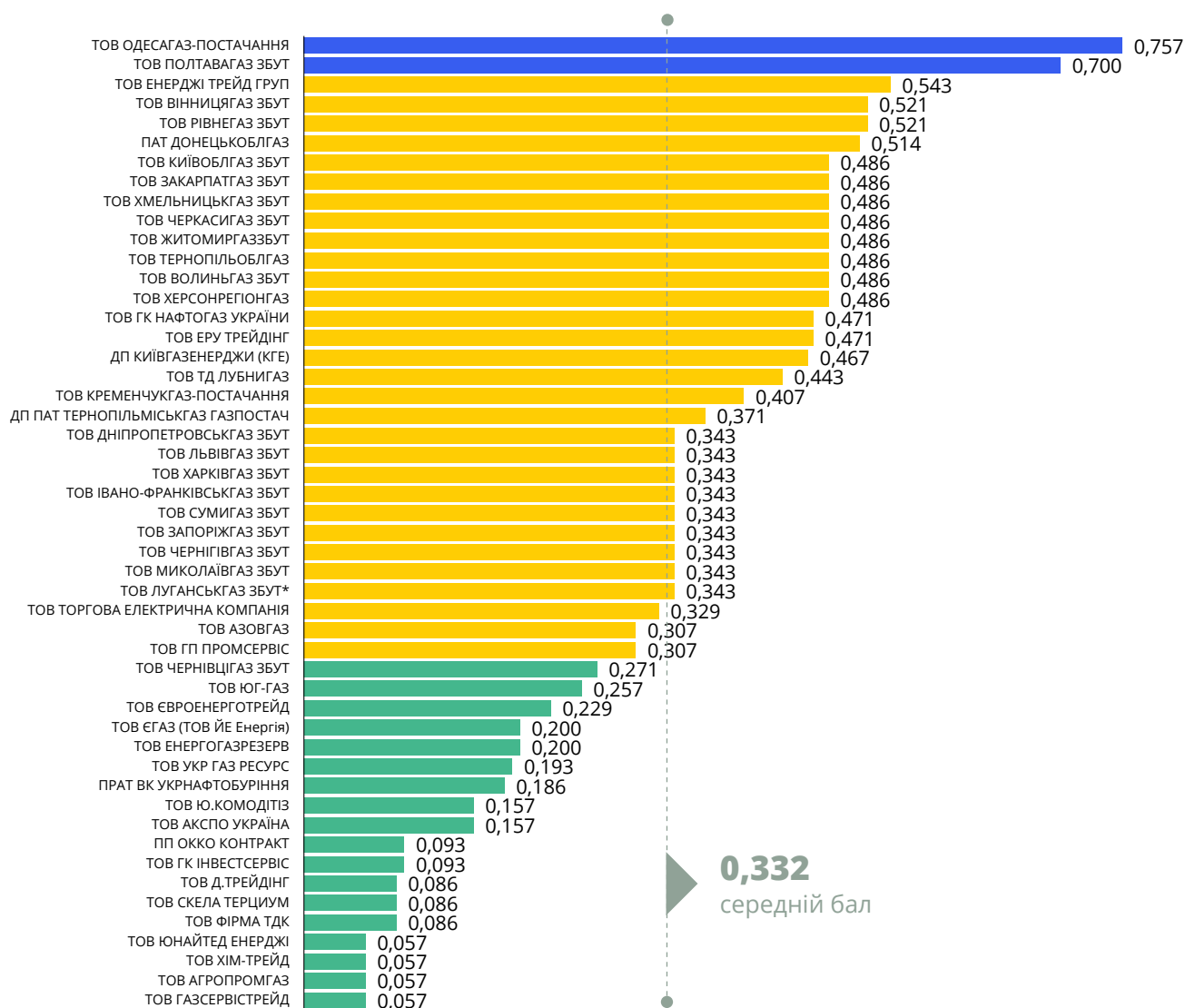
Категорія характеризує надання споживачам сучасних онлайн-послуг, що полегшують і роблять їхню для взаємодію з постачальником більш швидкою, якісною і комфортною. **Індикатори категорії:**



● Лідери

● Середняки

● Приховані резерви

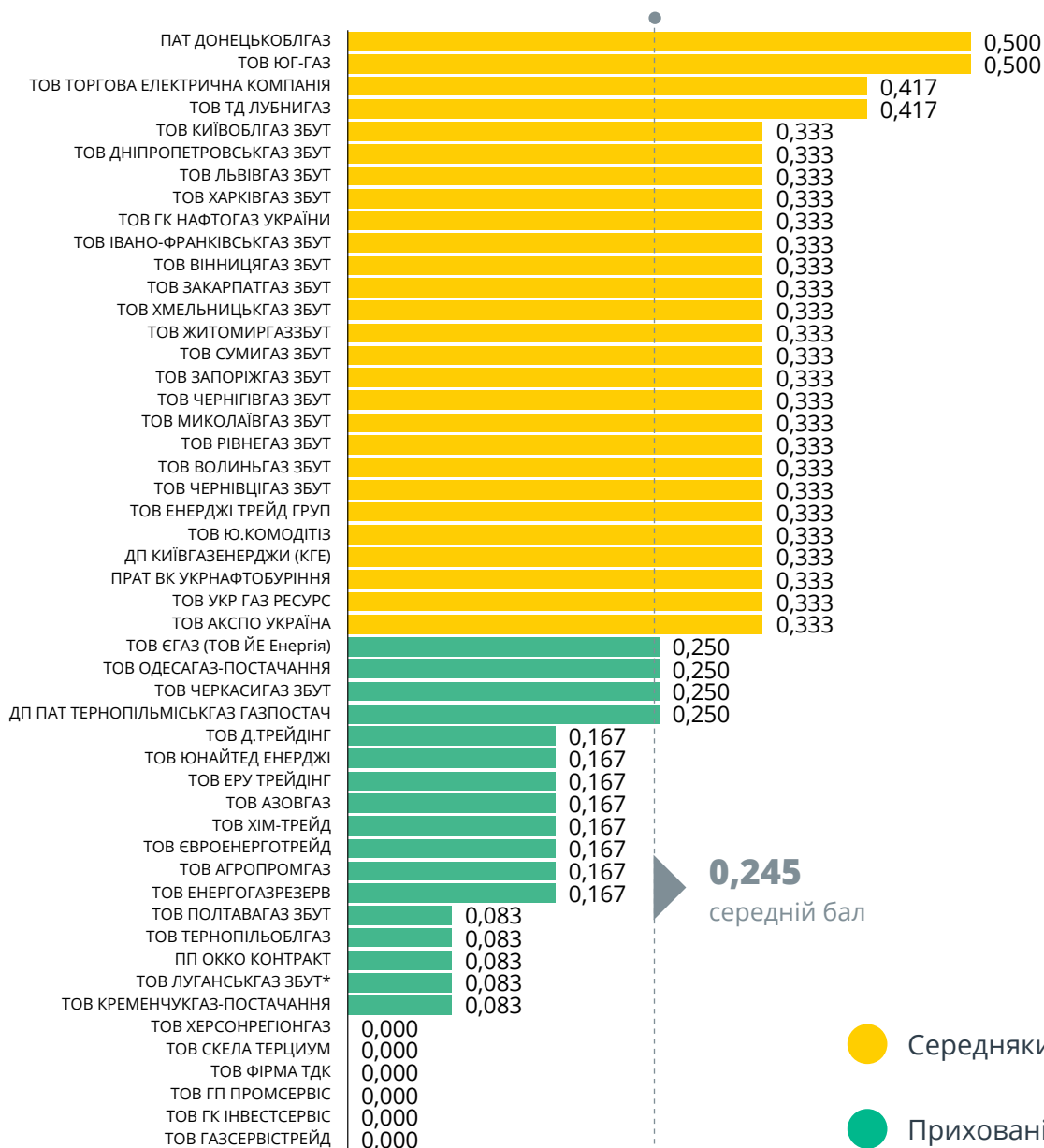
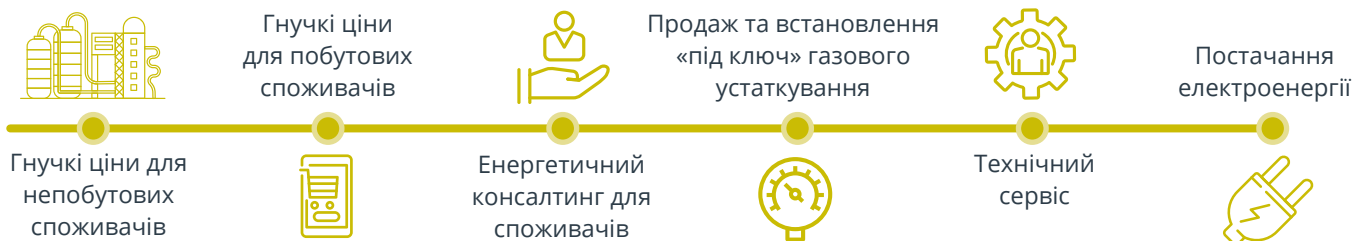




2.2. Комерційні пропозиції



Категорія характеризує рівень клієнтоорієнтованості та гнучкості постачальників при визначенні цін на природний газ, надання інших супутніх послуг, які створюють вищу цінність та більш повно задовольняють потреби споживачів. **Індикатори категорії:**





2.3. Інформування споживачів



Категорія характеризує якість та повноту надання постачальником інформації, важливої для прийняття рішень, забезпечення поінформованості споживачів про свої права та формування ними більш зрілої поведінки.

Індикатори категорії:

Інформація про ціни та їхню структуру



Інформація про порядок подання звернень, скарг, претензій до постачальника

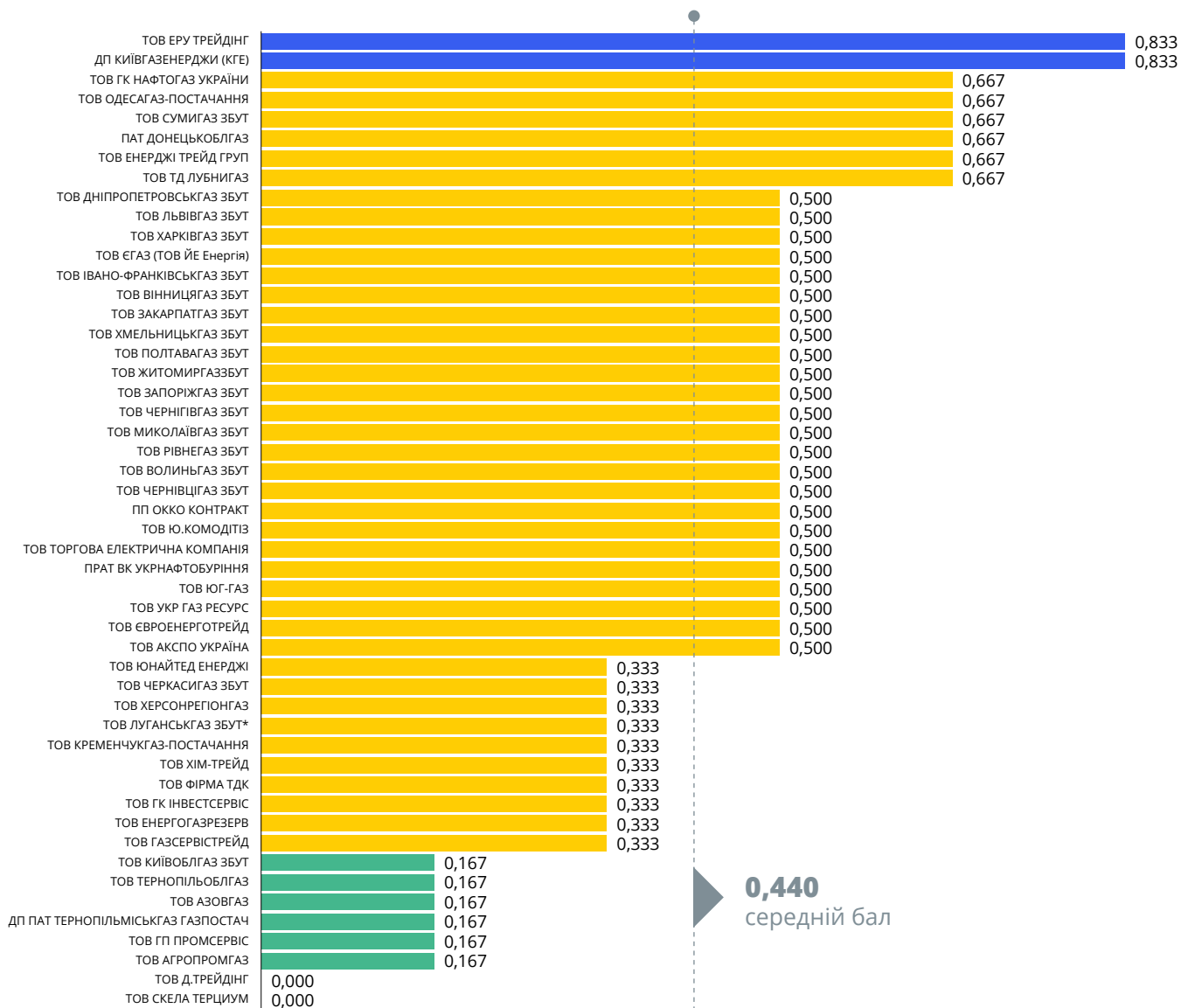
Розділ FAQ (інформація для споживачів)



Лідери

Середняки

Приховані резерви

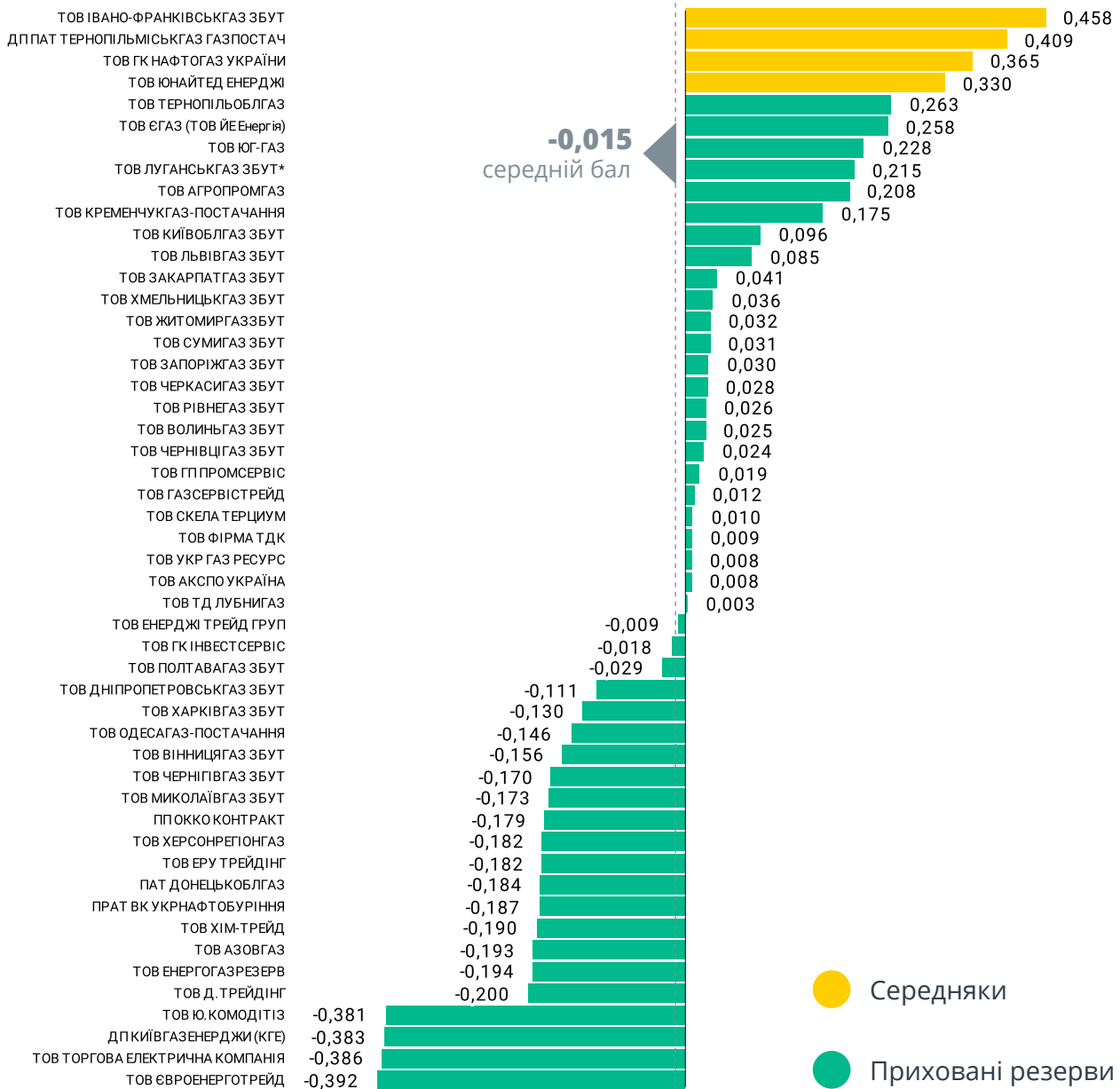




2.4. Прозорість та ділова активність



Категорія характеризує розкриття постачальником своєї фінансової та нефінансової звітності, рівень комерційної активності, які непрямо свідчать про його надійність. **Індикатори категорії:**





3. Рейтинги за історичним статусом



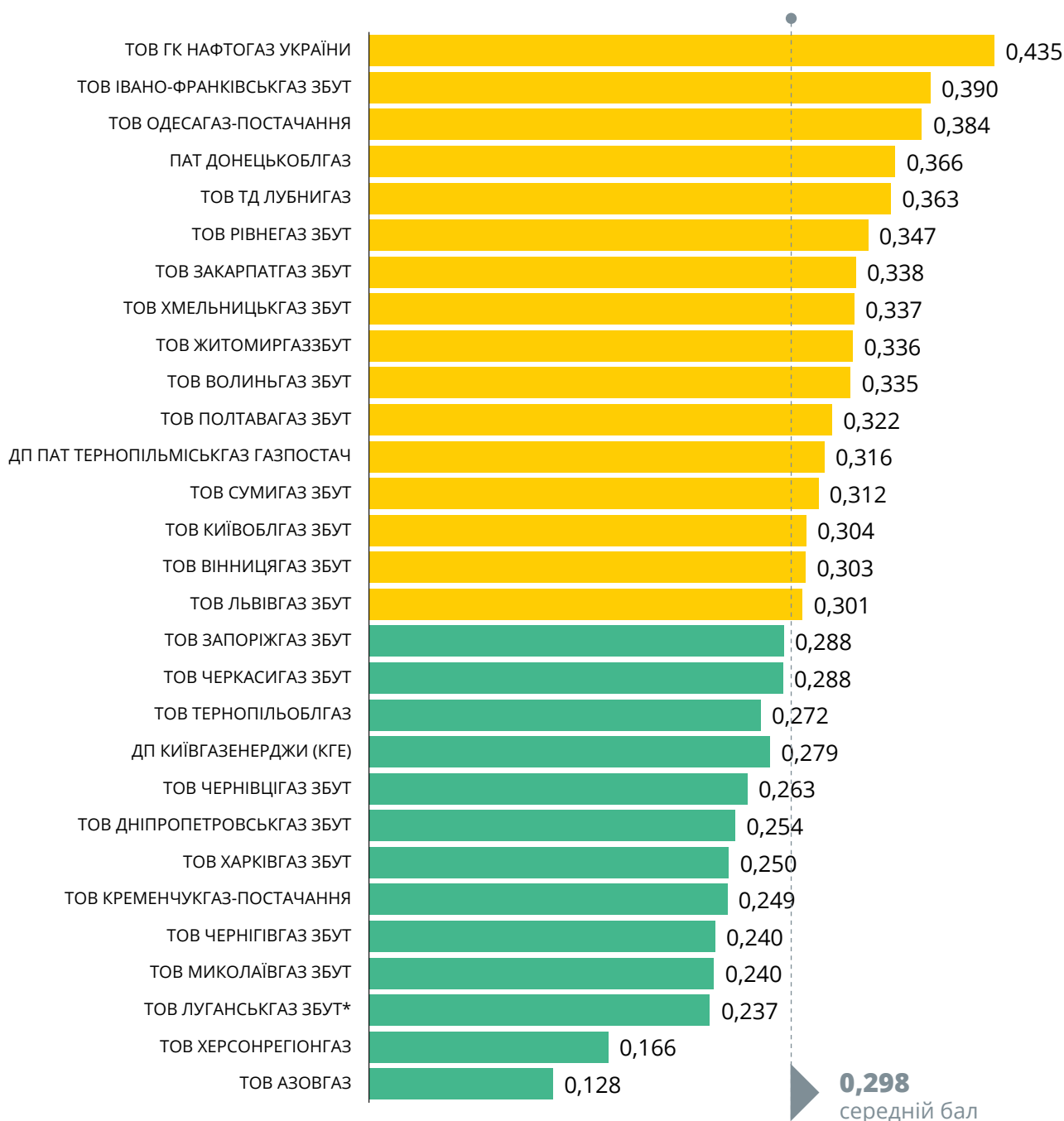
3.1. Постачальники, які брали участь у ПСО



Середняки

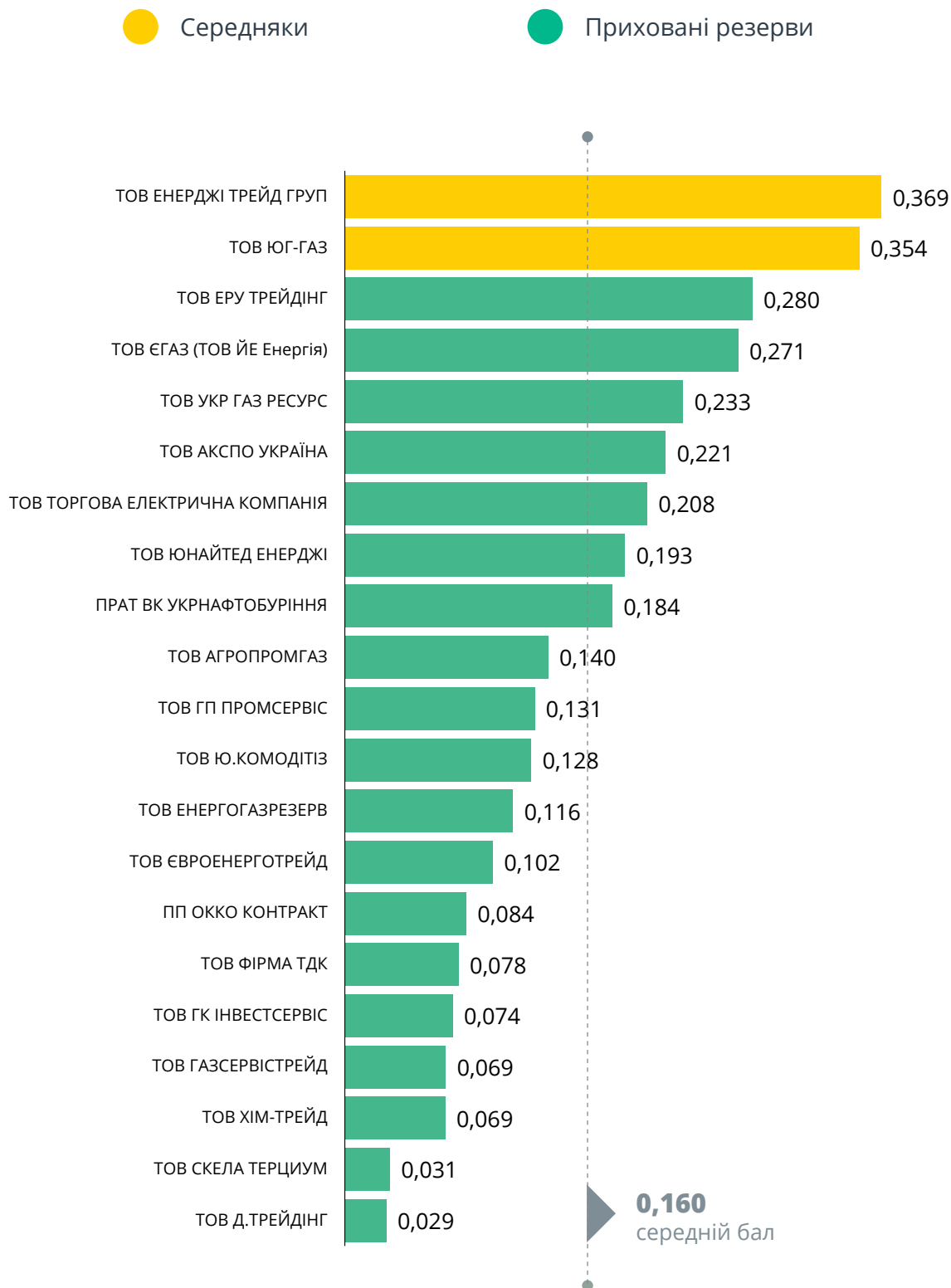


Приховані резерви





3.2. Постачальники, які не брали участь у ПСО





4. Аналітика рейтингів

Низький середній рейтинговий бал ТОП-50 постачальників (0,240)⁵ свідчить, що роздрібний ринок газу поки що незрілий та перебуває на стадії формування. Серед іншого, це зумовлено відносно недавньою лібералізацією сегменту постачання газу населенню (домогосподарствам) - найбільш чисельної групи споживачів. У переважній більшості постачальників є великий простір для вдосконалення своєї ринкової діяльності та нарощування конкурентних переваг - через розширення набору сучасних онлайн сервісів, збільшення асортименту та гнучкості комерційних пропозицій, покращення інформування споживачів та, особливо, прозорості.

⁵Максимально можливий загальний рейтинговий бал, а також за будь-якими індикаторами чи категоріями Рейтингу становить 1.



Між постачальниками є великі розриви у рівні конкурентоспоможності.

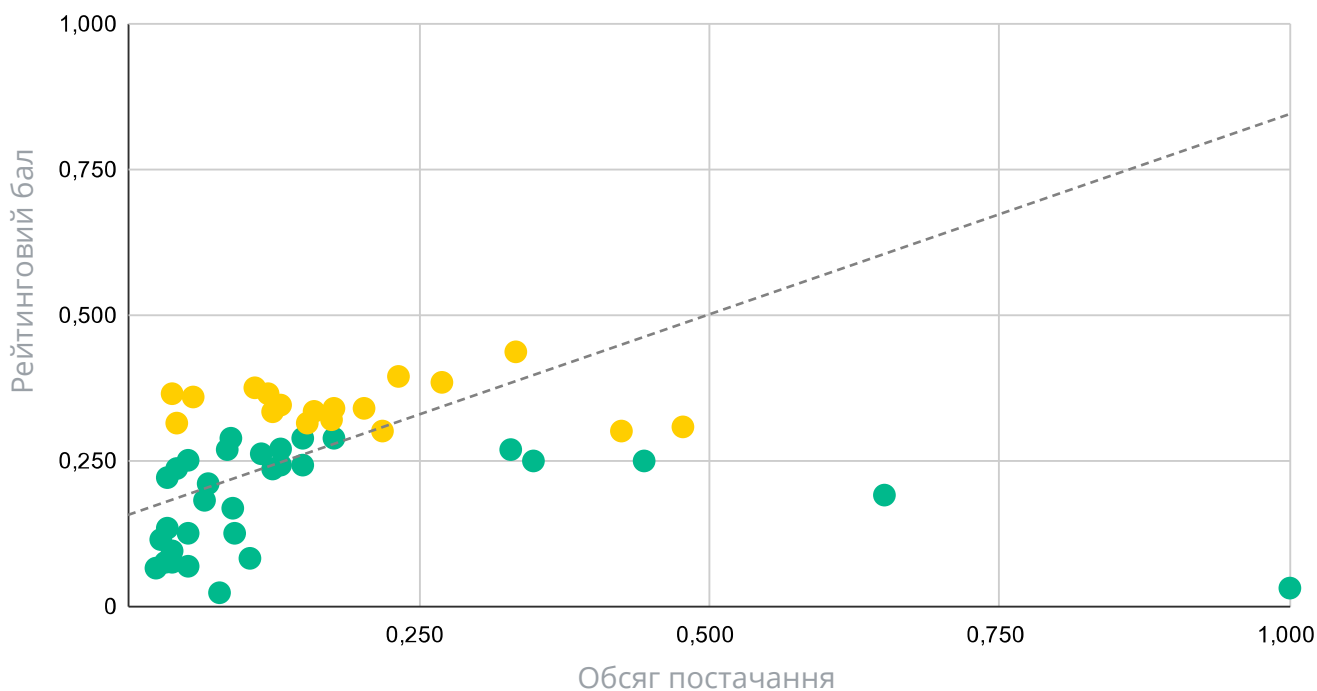
Компанії можна умовно розділити на три групи: "лідери" (загальний рейтинговий бал в межах 0,7-1) - у пілотному випуску Рейтингу взагалі відсутня, "середняки" - 18 постачальників (загальний рейтинговий бал в межах 0,3-0,7) та "приховані резерви" - 32 постачальника (загальний рейтинговий бал до 0,3). Доволі високий середньоквадратичний коефіцієнт варіації рейтингового балу (44,1%) показує, що вибірка ТОП-50 є неоднорідною за рівнем розвитку ринкової діяльності постачальників. Зокрема, середній рейтинговий бал компаній у групі "середняки" (0,345) практично у 2 рази перевищує аналогічний показник групи "приховані резерви" (0,181). А різниця у балах між першою та останньою компаніями рейтингу становить 15 разів.

Між рейтингом постачальників та обсягом продажу газу спостерігається зв'язок середньої сили. Коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона (0,48)⁶ в цілому свідчить про поки що недостатньо сильний зв'язок між загальним рейтинговим балом постачальника та його обсягом продажу газу й часткою на роздрібному ринку.

⁶Коефіцієнт кореляції обчислено без урахування показників двох компаній, що є статистичними девіаціями.



Обсяг постачання відносно рейтингового балу:



● Лідери

● Середняки

● Приховані резерви

Такий зв'язок імовірно пояснюється тим, що домінуючим фактором при виборі споживачами постачальника поки що є ціна газу. При подальшому становленні роздрібно-го ринку, а також за умов відкриття кращого доступу до ресурсу на оптовому ринку, очікується більш виразний прояв тенденції до вирівнювання цін між постачальниками газу та поступове збільшення значущості нецінових факторів при виборі чи зміні постачальника.

Середні бали постачальників у рейтингах за чотирма категоріями істотно різняться. Найвищі рейтингові бали компанії демонструють у категорії *“Інформування споживачів”* (середній бал компанії - 0,440), оскільки індикатори цієї категорії переважно ґрунтуються на конкретних

нормативних вимогах щодо публікації інформації ліцензіатами НКРЕКП. До того ж, це найменш ресурсомісткий компонент діяльності постачальників.

Середні бали у категоріях *“Онлайн сервіси”* (0,332) та *“Комерційні пропозиції”* (0,245) є доволі низькими, тобто компанії мають значний невикористаний потенціал для покращення діяльності у цих напрямках. Одним з пояснень такого відставання є історичне зосередження низки постачальників на сегменті побутових споживачів, що не вимагало побудови системи клієнтського сервісу подібного масштабу. Лібералізація поставок населенню (домогосподарствам) та, відповідно, розвиток сервісу в цьому сегменті може стати хорошою основою для зростання оцінок.



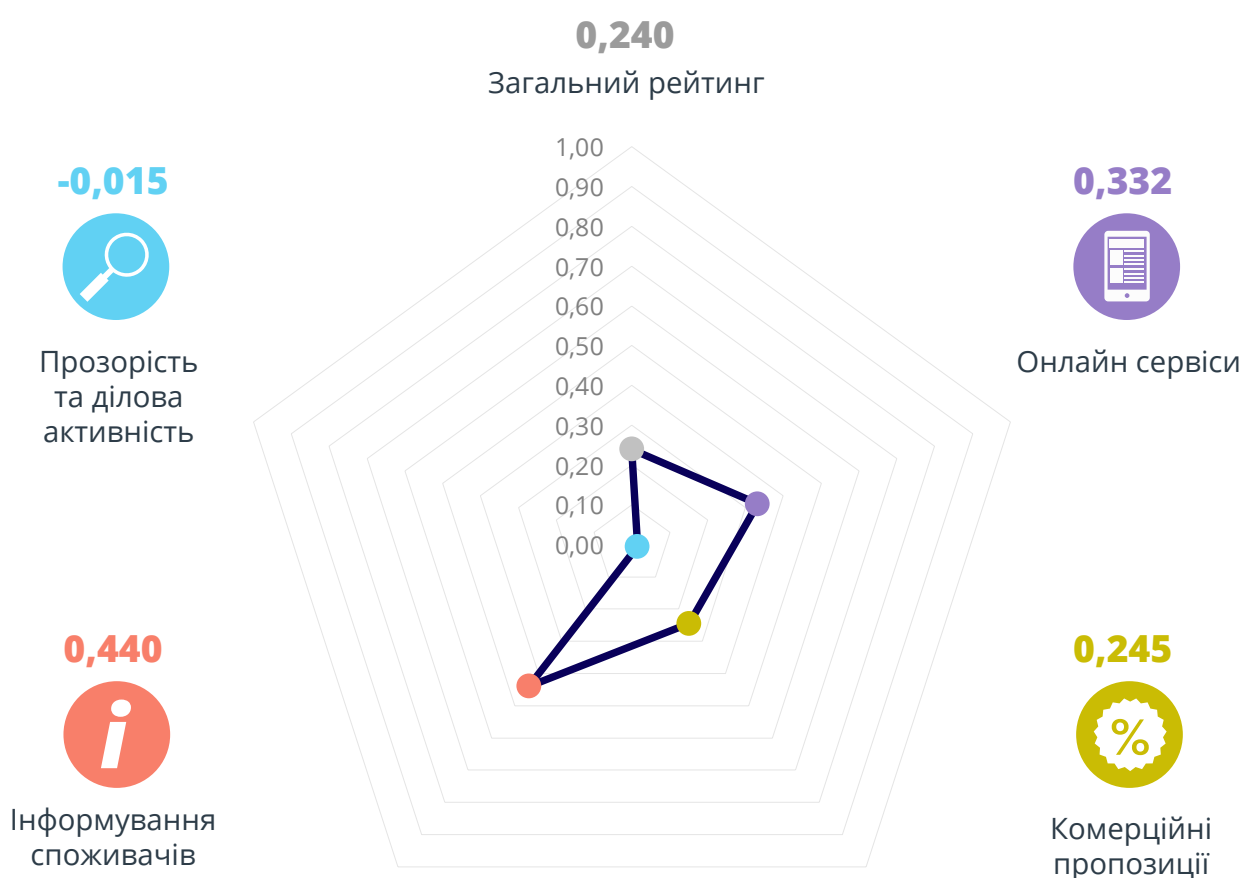
Найнижчий середній бал постачальники отримали в категорії “Прозорість та ділова активність” (-0,015). Це передусім пов’язано з поки що несформованою культурою прозорості в частині розкриття даних про кількість споживачів, публікації фінансової та нефінансової звітності. На момент проведення оцінки 19 із 50-ти постачальників (38%) не опублікували свою фінансову звітність за 2020 рік, а нефінансову - 38 компаній (76%). Причому 27 постачальників визначили дані про кількість

своїх побутових та непобутових споживачів⁷ як конфіденційні.

Також варто відзначити, що у категоріях “Комерційні пропозиції” й “Прозорість та ділова активність” взагалі відсутня група лідируючих компаній.

⁷Дані про кількість споживачів щоквартально подаються постачальниками до НКРЕКП у формі звітності № 5-НКРЕКП-газ-моніторинг (квартальна).

Середній рейтинг по категоріям:

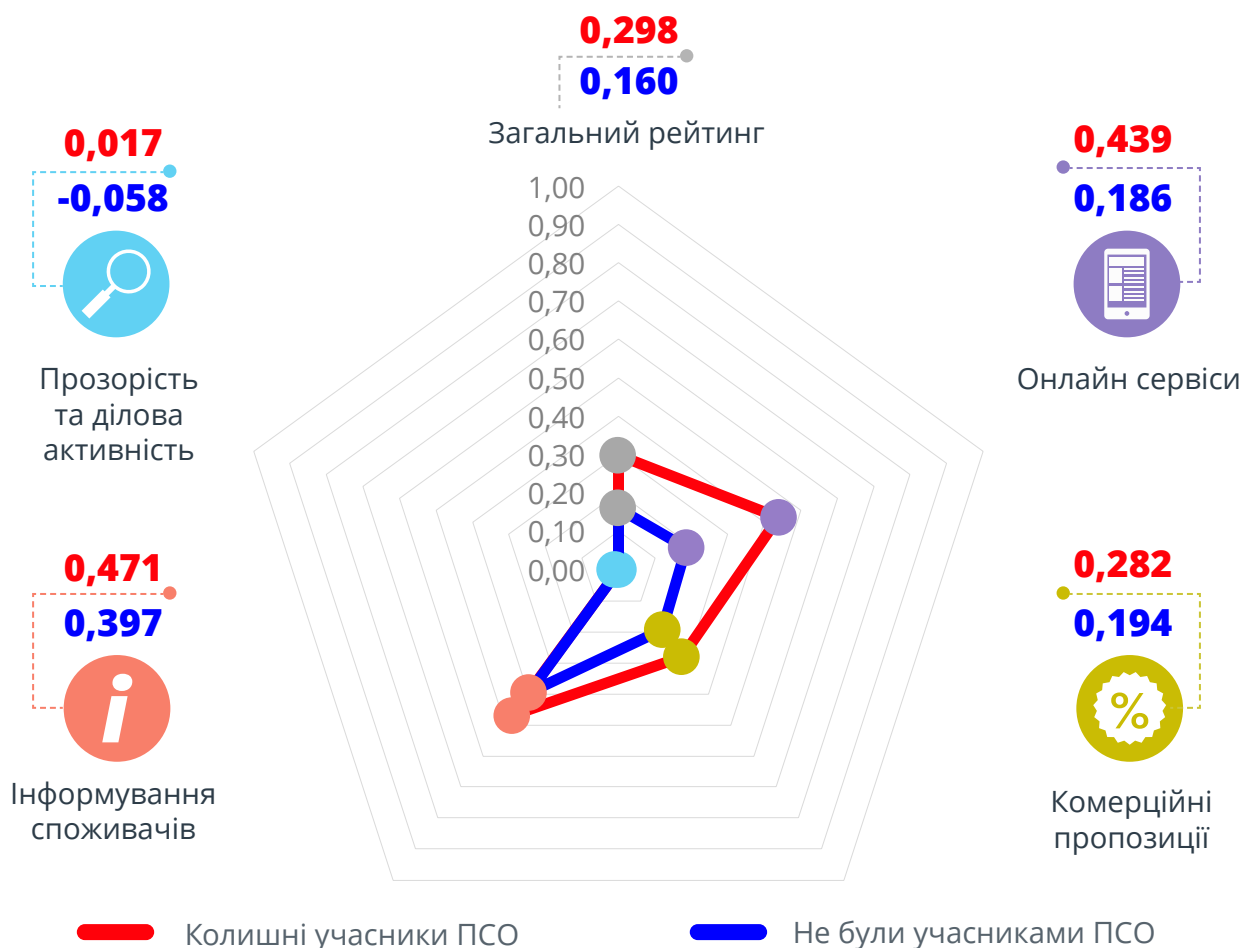




Постачальники, які історично брали участь у ПСО (пПСО), демонструють вищі оцінки порівняно з постачальниками, що не були учасниками ПСО (нПСО), за всіма категоріями рейтингу. Середній загальний рейтинговий бал пПСО (0,298) у 1,86 рази перевищує аналогічний показник нПСО (0,160). Причому серед постачальників, які займають перші 25 позицій рейтингу, 21 - це пПСО і лише 4 - "нові" постачальники. Причина такої ситуації, на нашу думку, полягає у традиційній ролі пПСО ("газ-збутів") як регіональних постачальників, що історично домінували на ринку, та попри юридичне відокремлення, зберігають афіліацію з операторами газорозподільних систем (ОГРМ).

Найбільший розрив між цими групами компаній спостерігається у категорії "Онлайн сервіси". Середній бал пПСО (0,439) більш ніж удвічі перевищує оцінку нПСО (0,186) з огляду на історично усталену практику взаємодії з побутовими споживачами. За іншими категоріями розриви є відчутно меншими. У категорії "Комерційні пропозиції" середній бал пПСО (0,282) майже у півтори рази вищий за показник нПСО (0,194). А у категорії "Інформування споживачів" відмінність між оцінками цих груп (0,471 і 0,397) є мінімальною - близько 1,2 рази. Прикметно, що у категорії "Прозорість та ділова активність" обидві групи компаній отримали низькі оцінки; причому, група нПСО характеризуються від'ємним середнім балом (-0,058), передусім через закритість даних про кількість споживачів.

Колишні учасники ПСО vs Не були учасниками ПСО:





На відміну від роздрібного ринку електроенергії, на ринку газу більш виразно проявляється його розподіл за бізнес-групами. Такий поділ зумовлений історичним спадком - структуруванням регіональних постачальників відповідно до територій ліцензійної діяльності афілійованих ОГРМ та більш високою початковою концентрацією ринку.

Зокрема, 17 із 50 постачальників належать до умовної групи "Регіональної газової компанії" (РГК)⁸, зокрема це ТОВ «ЙЕ Енергія» і 16 постачальників, що працюють на ринку під брендом «Твій Газзбут». Разом з тим, рейтингові бали компаній у межах РГК відчутно різняться. Середній рейтинг бізнес-групи (0,301) є практично на межі

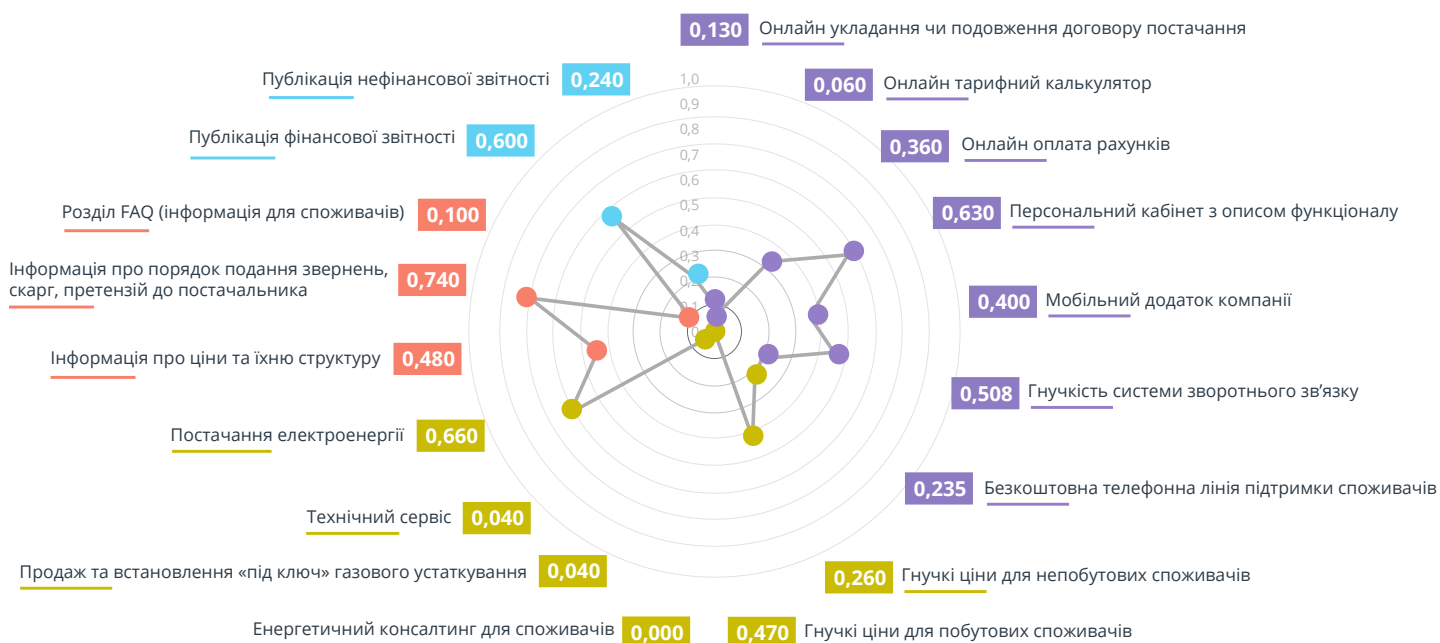
між групами "середняки" та "приховані резерви", а розрив між компаніями РГК, що мають найвищий (0,390) та найнижчий (0,240) рейтинги, становить 1,63 рази.

Іншим великим гравцем є державна Група "Нафтогаз", компанії якої до травня 2020 року також здійснювали постачання в рамках ПСО. Зараз ТОВ "ГК "Нафтогаз України" активно завойовує ринок побутових споживачів, використовуючи серед іншого особливий статус постачальника "останньої надії" (ПОН). Також помітною є активність великих трейдерів, що працювали в основному із непобутовими споживачами - ТОВ «Д.ТРЕЙДІНГ»⁹ і ТОВ «ЮНАЙТЕД ЕНЕРДЖІ»¹⁰.

⁸ Брендом РГК управляє холдинг Group DF Дмитра Фірташа, що володіє відповідними активами в газорозподільчому секторі

⁹ Входить до енергохолдингу ДТЕК, кінцевим бенефіціарним власником є Рінат Ахметов
¹⁰ЗМІ пов'язують компанію з Ігорем Коломойським

Середні оцінки за індикаторами:





Середні рейтингові бали постачальників за різними індикаторами істотно відрізняються. Найвищі оцінки компанії отримали по таким індикаторам:

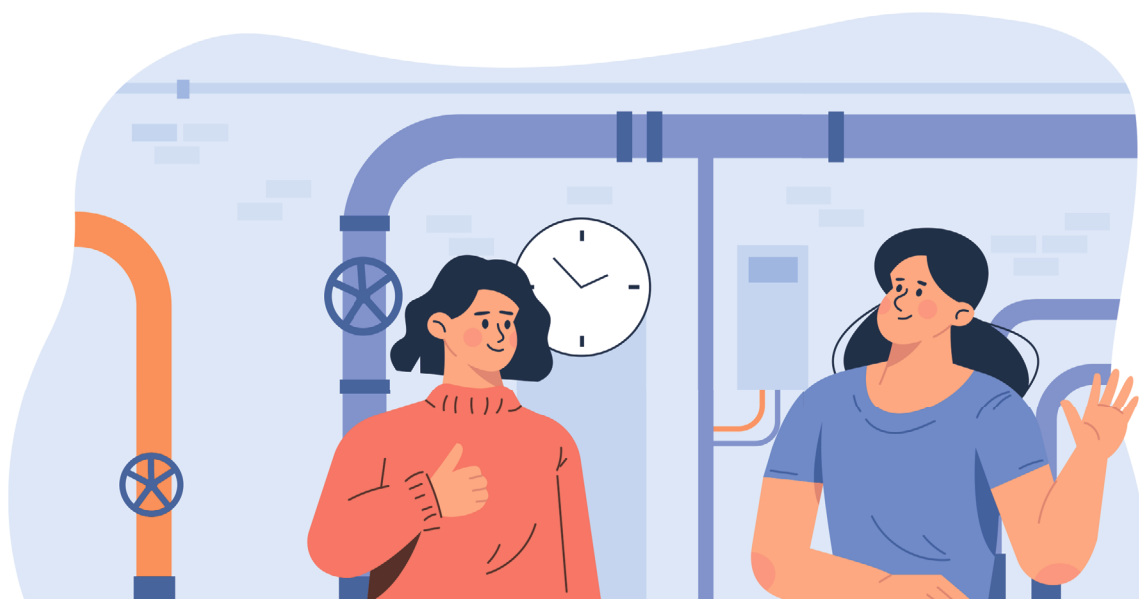
- Інформація про порядок подання звернень, скарг, претензій до постачальника - 0,740;
- Постачання електроенергії - 0,660;
- Персональний кабінет з описом функціоналу - 0,630;
- Публікація фінансової звітності - 0,600;
- Гнучкість системи зворотного зв'язку - 0,508.

Натомість найнижчі середні оцінки постачальники отримали за індикаторами:

- Гнучкі ціни для непобутових споживачів - 0,260;
- Публікація нефінансової звітності - 0,240;

- Безкоштовна телефонна («гаряча») лінія підтримки споживачів - 0,235;
- Онлайн укладання чи подовження договору постачання - 0,130;
- Розділ FAQ (інформація для споживачів) - 0,100;
- Онлайн тарифний калькулятор - 0,060;
- Продаж та встановлення «під ключ» газового устаткування - 0,040;
- Технічний сервіс - 0,040;
- Енергетичний консалтинг для споживачів - 0,000.

У категоріях “Онлайн сервіси” та “Комерційні пропозиції”, до яких належать більшість з цих індикаторів, постачальники мають найбільший резерв для вдосконалення своєї діяльності і підвищення рейтингу. Окрім цього, розкриття даних про кількість споживачів також істотно покращить рейтинг у категорії “Прозорість та ділова активність” і загальний рейтинг.



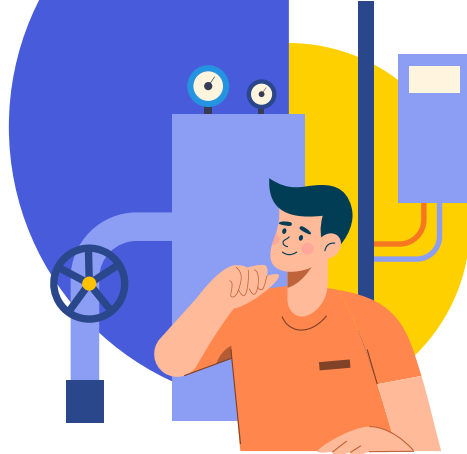


Методологія

Загальний підхід

Побудова рейтингу постачальників ґрунтується на методиці *багатовимірної середньої*, яку використовують для комплексного оцінювання складних об'єктів, процесів та явищ в економіці. Вони, як правило, складаються із множини елементів, кожен з яких можна охарактеризувати різносторонніми параметрами. Роздрібний ринок газу є саме таким складним явищем, а його елементами, серед іншого, - постачальники, діяльність яких можна оцінити через набір індикаторів.

Розрахунок загального рейтингового балу компаній, а також балів за 4-ма категоріями рейтингу передбачає оцінювання вибірки з 50-ти найбільших постачальників газу по 21-му індикатору.



Оцінювання відбувається на основі *аналізу відкритих джерел* - офіційних веб-сайтів постачальників та публічних даних НКРЕКП (в рамках звітності ліцензіатів), отриманих DiXi Group.

Індикатори та категорії

Індикатор - конкретний показник, обраний для оцінювання роботи постачальника. Набір індикаторів (див. Додаток А) сформований на основі опрацювання нормативних вимог до діяльності ліцензіатів з постачання природного газу в Україні, норм відповідного європейського законодавства в частині регулювання ринку газу, а також кращих практик комерційної діяльності постачальників.

Всі індикатори рейтингу є рівновагомими і згруповані в *чотири категорії*:

- Онлайн сервіси
- Комерційні пропозиції
- Інформування споживачів
- Прозорість та ділова активність

Аналіз у межах сформованих категорій охоплює основні виміри ринкової діяльності постачальників газу з фокусом на оцінювання рівня клієнтоорієнтованості компаній та послуг, що надаються споживачам.



Вибірка

Вибірка газопостачальних компаній формується на основі критерію обсягу поставленого споживачам газу за певний період¹¹. Застосування додаткового критерію для формування вибірки - кількість споживачів, яким компанія постачає природний газ, - наразі вкрай ускладнене через закритість цих публічних даних. Значна кількість постачальників при регулярному звітуванні НКРЕКП зазначають ці дані як конфіденційні, що ускладнює, проте, не унеможлиблює їх відкриття Регулятором.

Завдяки розміру вибірки, оцінювання охоплює біля 70% роздрібного ринку газу¹² і є високо репрезентативним. При цьому частка ринку найменшої за обсягом постачання компанії, що увійшла до вибірки, становить 0,33% від загального обсягу постачання компаній вибірки та 0,22% від оціночного обсягу роздрібного ринку газу.

Незважаючи на те, що за результатами 2020 року компанії АТ НАК "Нафтогаз України" та ТОВ ГК "Нафтогаз Трейдинг" входять до переліку найбільших постачальників газу, вони не включені у вибірку ТОП-50, оскільки це компанії з особливою роллю на ринку і не відповідають загальному профілю вибірки. ТОВ "Центральна

газопостачальна компанія" (ЦГК), яка за обсягом постачання також входить у ТОП-50 найбільших постачальників, не була оцінена через те, що на момент оцінювання не працював веб-сайт компанії. У 2020 році у процесі відокремлення до ТОВ "Луганськгаз Збут" перейшли споживачі ТОВ "Луганськгаз", тому в пілотному рейтингу проводилось оцінювання ТОВ "Луганськгаз Збут".

Оцінювання та розрахунок рейтингових балів

Більшість індикаторів рейтингу оцінюються по дискретній шкалі від 0 до 1 з метою трансформації масиву якісних даних у кількісні показники. Водночас, для підрахунку значень індикаторів "Загальний обсяг постачання природного газу" (на основі даних НКРЕКП) застосовується нормалізація, шляхом ділення показника компанії на максимальне значення за цим індикатором у вибірці. Індикатори щодо зміни кількості побутових та непобутових споживачів з категорії "Прозорість та ділова активність" можуть набувати значень від -1 до 1¹³.

Визначення рейтингових балів¹⁴ компанії і відповідних позицій у рейтингу здійснюється шляхом розрахунку простої середньої

¹¹У пілотному випуску рейтингу використовується сумарний обсяг поставленого компанією природного газу усім групам споживачів за 2020 рік.

¹²Тут і надалі обсяг роздрібного ринку газу у 2020 році приймається без урахування постачання газу з боку АТ НАК "Нафтогаз України", яке поряд з постачанням кінцевим споживачам також виконувало функцію оптового продавця газу постачальникам.

¹³Якщо постачальник визначає публічні дані про кількість своїх споживачів при щоквартальному звітуванні НКРЕКП як конфіденційні, його оцінки за відповідними індикаторами становлять -1.

¹⁴Рейтинговий бал постачальника округлюється до трьох знаків після коми.



з оцінок, отриманих постачальником по всім індикаторам. Окрім загального рейтингу компаній, також сформовані рейтинги за чотирма категоріями, що допоможе споживачам краще фокусуватись при виборі постачальника на особистих перевагах і потребах.

За результатами оцінювання постачальників розділено на три групи у відповідності до отриманих ними рейтингових балів:

- "Лідери" - бал в межах від 0,7 до 1;
- "Середняки" - бал в межах від 0,3 до 0,7;
- "Приховані резерви" - бал до 0,3.

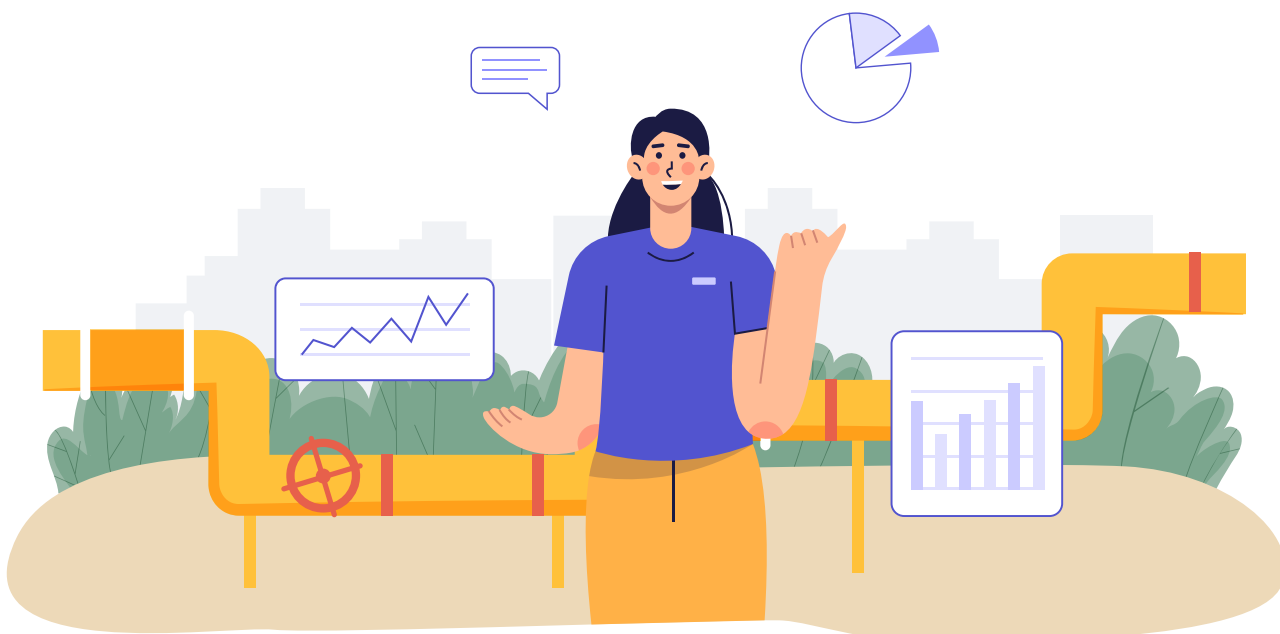
Обмеження дослідження

Вибірка з 50-ти найбільших постачальників, за оцінками, охоплює біля 70% роздрібного ринку газу серед більш як 800-та діючих ліцензіатів НКРЕКП.

Рейтинг не порівнює цінові пропозиції постачальників, оскільки для цього мають використовуватись спеціальні інструменти (*price comparison tools*), широко розповсюджені в європейській практиці. З цією метою аналітичним центром DiXi Group створено сервіс ["Газотека"](#).

Оцінювання компаній проведене протягом 1-18 червня 2021 року, тоді як вибірка сформована на основі даних НКРЕКП за 2020 рік. Тому, ймовірно, частина компаній, які увійшли у вибірку, можуть не задовольняти критерій обсягу постачання станом на 2021 рік.

За рахунок часового лагу між оцінюванням компаній та представленням результатів рейтингування, можуть виникати певні розбіжності між оцінками окремих індикаторів та актуальним станом сайтів постачальників, адже їхній контент може змінюватись динамічно.





Додатки



Додаток А. Набір індикаторів оцінювання постачальників газу

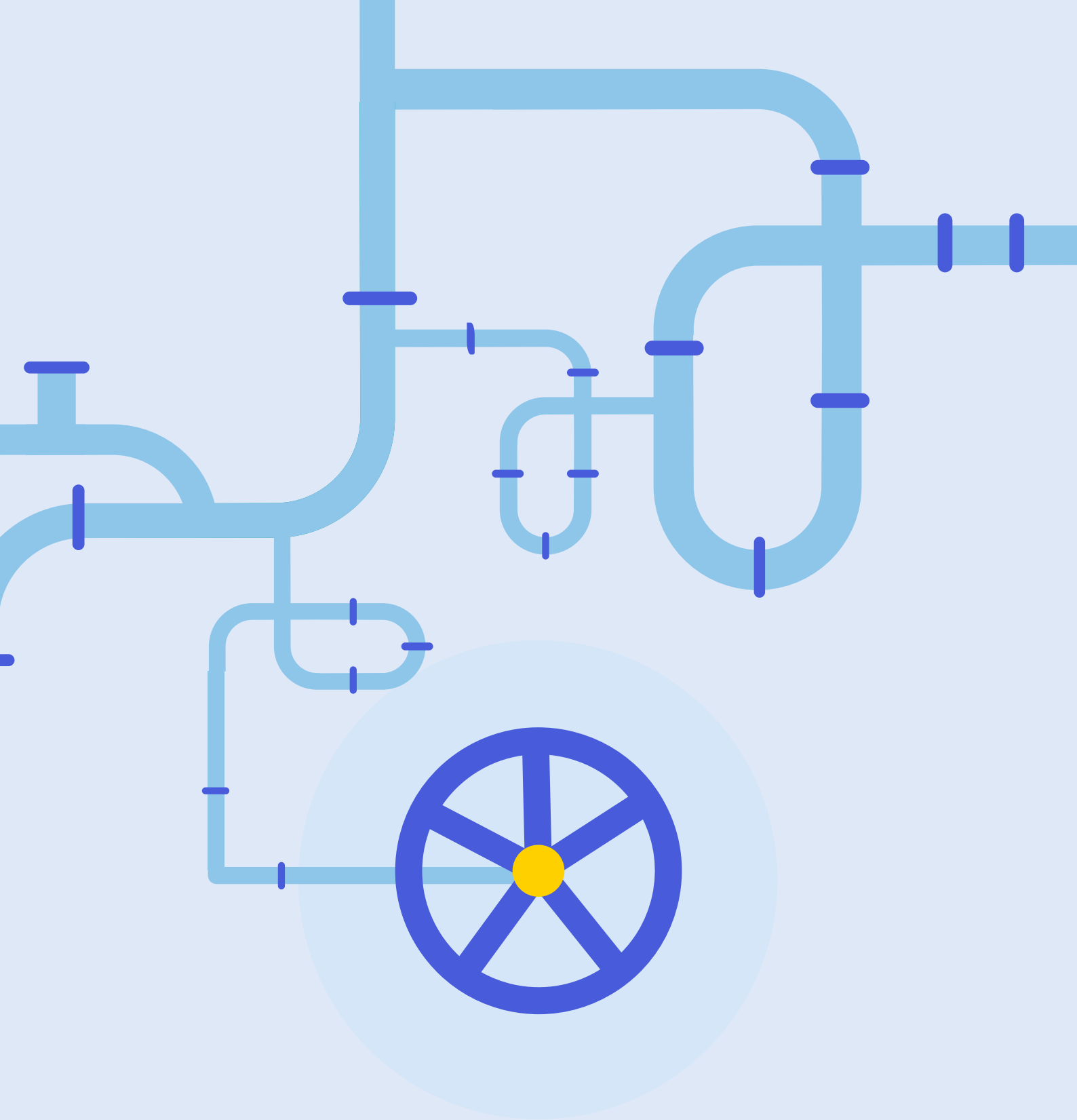
Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 <p>1. Онлайн сервіси</p>	1.1. Укладання контракту	1.1.1. Онлайн укладання чи подовження договору постачання	1 - так, 0,5 - сервіс доступний лише для окремих категорій/груп споживачів, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника онлайн-форми для укладання договору (заяви-приєднання до договору) із указанням особистих даних, опцією вибору комерційної пропозиції або є можливість завантажити електронні документи, необхідні для укладення договору, та відправити заповнені документи постачальнику онлайн, зокрема електронною поштою. Інформація про можливість відправлення заповнених споживачем документів електронною поштою має бути чіткою та доступною на сайті постачальника
	1.2. Порівняння і вибір цін	1.2.1. Онлайн тарифний калькулятор	1 - так, 0,5 - офлайн тарифний калькулятор (вимагає скачування) 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника онлайн тарифного калькулятора, в якому є можливість задати параметри споживання природного газу, інші показники для оцінювання витрат на оплату газу та підбору оптимальної комерційної пропозиції для споживача
	1.3. Комерційний облік та платежі	1.3.1. Онлайн оплата рахунків	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника спеціального поля, де можна здійснити оплату споживання природного газу без входу до персонального електронного кабінету
	1.3.2. Персональний кабінет з описом функціоналу	1.3.2. Персональний кабінет з описом функціоналу	1 - наявність персонального кабінету та опису його функціоналу, 0,5 - наявність персонального кабінету, але без опису його функціоналу або сервіс доступний лише для окремих категорій/груп споживачів 0 - відсутність персонального кабінету та опису його функціоналу.	Наявність на сайті постачальника сервісу персонального електронного кабінету та опису його функціоналу, з яким можна ознайомитись до реєстрації. Опис функціоналу передбачає перелік функцій, якими може скористатись споживач. Напр., передача показників лічильника, сплата за послуги, перегляд історії платежів, перегляд історії споживання, подача скарги та ін.
	1.3.3. Мобільний додаток компанії	1.3.3. Мобільний додаток компанії	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника інформації про мобільний додаток компанії з описом його функціоналу
	1.4. Зворотній зв'язок	1.4.1. Гнучкість системи зворотного зв'язку	1 - наявність всіх 5-ти засобів зворотного зв'язку; 0,8 - наявність гарячої лінії та трьох інших засобів зв'язку; 0,6 - наявність гарячої лінії та двох інших засобів зв'язку; 0,4 - наявність гарячої лінії та ще одного засобу зв'язку; 0,2 - відсутність гарячої лінії та наявність інших засобів зв'язку; 0 - відсутність будь-яких варіантів зворотного зв'язку.	Наявність на сайті постачальника телефону(ів) гарячої лінії; онлайн-форми для зворотного зв'язку; онлайн-помічника (чат-бота); електронної пошти для зворотного зв'язку; інформації про чат-боти в месенджерах / соціальних мережах.
	1.4.2. Безкоштовна телефонна («гаряча») лінія підтримки споживачів	1.4.2. Безкоштовна телефонна («гаряча») лінія підтримки споживачів	1 - наявна безкоштовна телефонна лінія та/або контакти трьох найбільших операторів мобільного зв'язку, та/або функції «зворотного» дзвінка (call-back); 0,5 - наявні контакти двох найбільших операторів мобільного зв'язку; 0,25 - наявний контакт лише одного з найбільших операторів мобільного зв'язку; 0 - відсутня безкоштовна телефонна лінія, контакти трьох найбільших операторів мобільного зв'язку та функції «зворотного» дзвінка (call-back).	Наявність на сайті постачальника телефону безкоштовної «гарячої» лінії (0 800 ...) для підтримки споживачів та/або контактів трьох найбільших операторів мобільного зв'язку, та/або функції «зворотного» дзвінка (call-back).



Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 <p>2. Комерційні пропозиції</p>	2.1. Диференціація комерційних пропозицій	2.1.1. Гнучкі ціни для не побутових споживачів	1 - три і більше комерційні пропозиції, 0,5 - дві комерційні пропозиції, 0 - єдина комерційна пропозиція для всіх побутових споживачів.	Наявність на сайті постачальника різних комерційних пропозицій на вибір клієнта (в межах певної території) та/або інформації про можливість укладання договорів про постачання природного газу на індивідуальних комерційних умовах із вказанням конкретних критеріїв диференціації ціни та можливості заповнення клієнтом відповідного опитувального листа/анкети на сайті постачальника. Диференціація цін може напр., забезпечуватись залежно від таких умов: - тип споживача (бюджетна установа, промисловий споживач, с/г споживач тощо), - період обліку та тарифікації споживання; - місячний/річний обсяг споживання природного газу, - порядок оплати (аванс (передплата), пост-фактум), - інші умови.
		2.1.2. Гнучкі ціни для побутових споживачів	1 - три і більше комерційні пропозиції, 0,5 - дві комерційні пропозиції, 0 - єдина комерційна пропозиція (базова річна пропозиція) для всіх побутових споживачів.	Наявність на сайті постачальника різних комерційних пропозицій на вибір клієнта (в межах певної території). Диференціація цін може напр., забезпечуватись постачальником залежно від таких умов: - тип місцевості (місто, село тощо), - період обліку та тарифікації споживання; - місячний/річний обсяг споживання природного газу, - порядок оплати (аванс (передплата), пост-фактум), - інші умови.
	2.2. Додаткові пропозиції	2.2.1. Енергетичний консалтинг для споживачів	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним послуг консалтингу для споживачів щодо енергоефективності (напр., оптимізації режимів споживання газу, способів енергозбереження тощо), інших питань (профільне юридичне, економічне консультування), та/чи послуг енергоаудиту
		2.2.2. Продаж та встановлення «під ключ» газового устаткування	1 - наявність послуг продажу і встановлення «під ключ» устаткування, 0,5 - наявність лише послуг продажу устаткування, 0 - послуги продажу устаткування відсутні.	Наявність послуг продажу та встановлення газоспоживчого та газового обладнання, в тому числі смарт-обладнання (смарт-мережа з функцією енергозбереження, смарт-опалення тощо). Встановлення «під ключ» включає у себе доставку, монтаж, налагодження, післяпродажне обслуговування.
		2.2.3. Технічний сервіс	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним технічного сервісу споживачам, що може включати напр., виклик фахівця компанії для діагностики, ремонту, монтажу та налагодження газового устаткування, надання консультацій щодо користування газовою системою, котлами тощо. Такий технічний сервіс не включає послуги, що надаються виключно операторами ГРМ.
		2.2.4. Постачання електроенергії	1 - так, 0 - ні.	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним послуг постачання електроенергії споживачам додатково до постачання природного газу.



Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 3. Інформування споживачів	3.1. Інформація про ціноутворення	3.1.1. Інформація про ціни та їхню структуру	1 - надана інформація про величини та структуру цін на природний газ 0,5 - надана інформація лише про величини цін на природний газ або інформація розкрита не для всіх груп споживачів, 0 - інформація відсутня.	Наявність на сайті постачальника інформації про величини та структуру (зокрема, товарна, транспортна, складові, постачання, податки тощо) цін на природний газ для всіх груп споживачів
	3.2. Інформація про стандарти обслуговування та інша корисна інформація	3.2.1. Інформація про порядок подання звернень, скарг, претензій до постачальника	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника інформації щодо порядку подання та розгляду постачальником природного газу звернень, скарг та претензій споживачів щодо надання послуг з постачання природного газу із зазначенням відповідних контактних даних (адреси, телефонів, веб-сторінок) постачальника газу
		3.2.2. Розділ FAQ (інформація для споживачів)	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника окремого розділу FAQ (інформації для споживачів) у форматі чітких та зрозумілих відповідей на питання, які найчастіше задають клієнти
Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 4. Прозорість та ділова активність	4.1. Прозорість компанії	4.1.1. Публікація фінансової звітності	1 - інформація по всім 4-м формам звітності, 0,5 - інформація по окремим формам звітності, 0 - інформація відсутня.	Публікація на сайті постачальника актуальних річних фінансових звітів компанії, які відповідають стандартним формам фінансової звітності (форми 1-4): Форма 1 Баланс (Звіт про фінансовий стан) Форма 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) Форма 3 Звіт про рух грошових коштів Форма 4 Звіт про власний капітал
		4.1.2. Публікація нефінансової звітності	1 - опубліковано хоча б один із нефінансових корпоративних звітів, 0 - інформація відсутня.	Публікація на сайті постачальника актуальних річних корпоративних звітів компанії або звітів про управління, про сталий розвиток, про корпоративну соціальну відповідальність
	4.2. Ділова активність	4.2.1. Загальний обсяг постачання природного газу	Оцінка індикатора розраховується діленням показника компанії за певний період на найбільше значення показника за цим індикатором у досліджуваній вибірці компанії.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії, її досвіду та надійності
		4.2.2. Зміна кількості побутових споживачів	Оцінка розраховується діленням показника компанії за попередній рік на найбільше значення за цим індикатором у досліджуваній вибірці компанії при додатньому прирості та найбільше по модулю - при від'ємному. У разі зазначення постачальником цієї публічної інформації як конфіденційної (при поданні звітності в НКРЕКП), оцінка індикатора становить -1.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії та лояльності до неї клієнтів.
		4.2.3. Зміна кількості побутових споживачів	Оцінка розраховується діленням показника компанії за попередній рік на найбільше значення за цим індикатором у досліджуваній вибірці компанії при додатньому прирості та найбільше по модулю - при від'ємному. У разі зазначення постачальником цієї публічної інформації як конфіденційної (при поданні звітності в НКРЕКП), оцінка індикатора становить -1.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії та лояльності до неї клієнтів.



dixigroup.org