



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Рейтинг постачальників електроенергії



2021 рік (Випуск 2)





USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



© ГО "Діксі Груп", 2021

Матеріал підготовлено в рамках Проекту 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	8
1. ЗАГАЛЬНИЙ РЕЙТИНГ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ	10
2. РЕЙТИНГИ ЗА КАТЕГОРІЯМИ	11
2.1. Онлайн сервіси	12
2.2. Комерційні пропозиції	13
2.3. Інформування споживачів	14
2.4. Прозорість та ділова активність	15
3. РЕЙТИНГИ ЗА РИНКОВИМ СТАТУСОМ	16
3.1. Постачальники універсальних послуг	16
3.2. Постачальники за вільними цінами	17
4. АНАЛІТИКА РЕЙТИНГІВ	18
МЕТОДОЛОГІЯ	25
ДОДАТКИ	28



Одним із ключових пріоритетів інтеграції України в європейський енергетичний простір є належне функціонування нової моделі ринку електроенергії, 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 електроенергії 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 електроенергії через активізацію конкуренції та посилення споживачів. Цей випуск є другим виданням Рейтингу у 2021 році, тому дозволяє аналізувати результати, оцінювати прогрес і тенденції у порівнянні з [попереднім випуском](#). Оцінювання буде здійснюватися і оприлюднюватися щопівроку.

Рейтинг, головним чином, спрямований на дві цільові аудиторії - **постачальників і споживачів**¹. Споживач отримує

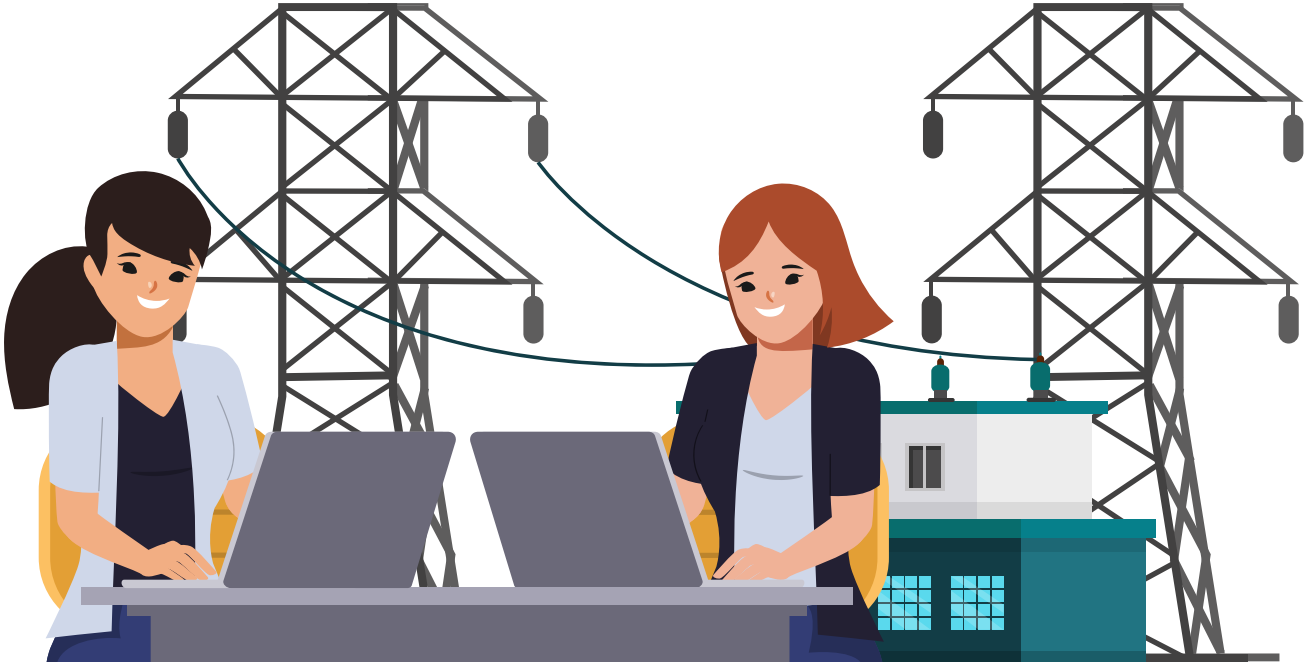
доступ до агрегованої інформації щодо онлайн сервісів, комерційних пропозицій, прозорості та ділової активності провідних електропостачальних компаній. Рейтинг покликаний допомогти споживачам раціоналізувати вибір кращого постачальника, що задовольняє його потреби, при цьому скорочуючи витрати часу і 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 електроенергії за кожним індикатором Рейтингу в розрізі компаній можна отримати на замовлення (author@dixigroup.org).

¹ Оскільки на ринку електроенергії наразі застосовується механізм ПСО, домогосподарства практично не можуть змінювати постачальника. Тому перевагами Рейтингу поки що можуть скористатись, головним чином, побутові споживачі.

Ключові висновки



Результати оцінювання та рейтингування постачальників електроенергії України у другому півріччі 2021 року дозволяють дійти таких висновків:

- **Роздрібний ринок електроенергії поки що залишається незрілим і перебуває на стадії формування.**

Компанії поступово розвивають свої компетенції ведення конкурентної боротьби за клієнта. При цьому, спостерігається тенденція укрупнення гравців ринку шляхом об'єднання кількох постачальників під спільними ринковими брендами та використання спільних комунікаційних платформ для взаємодії зі споживачами. Загальний середній бал компаній в проаналізованій вибірці ТОП-50 постачальників становить 0,422 при максимально можливому значенні - 1. Це свідчить, що у переважної більшості постачальників є великий простір для вдосконалення своєї ринкової

діяльності та нарощування конкурентних переваг.

- **Середній рейтинговий бал постачальників істотно виріс, а рівень їхнього розвитку продовжує вирівнюватися.**

Порівняно з [попереднім випуском](#) Рейтингу, середній бал ТОП-50 компаній виріс із 0,359 до 0,422 (+18%), що демонструє відчутний прогрес та удосконалення роботи постачальників на ринку. Окрім цього, продовжує зростати однорідність вибірки, що свідчить про тенденцію поступового скорочення розривів між постачальниками. Дисперсія за загальним балом компаній скоротилася на 5,7%, а коефіцієнт варіації знизився із 41,3% до 34,1%.

● **Розподіл постачальників за групами змінився за рахунок міграції з групи “приховані резерви” до “середняків”.**

При цьому, помітний прогрес продемонстрували одразу всі групи компаній. Як і у попередньому випуску Рейтингу, до групи “лідерів” увійшли лише три постачальника, натомість кількість “середняків” істотно зросла із 27 до 38 за рахунок переходу 11-ти компаній з групи “приховані резерви”, чисельність якої скоротилась з 20 до 9 компаній. На фоні відчутного зростання середнього балу ТОП-50 компаній вибірки (+18%), найбільш помітно рівень розвитку зріс у групі «приховані резерви». Все ще зберігається помітний відрив групи “лідерів” від “середняків”, проте він поступово скорочується - середній бал “лідерів” на 83% перевищує оцінку “середняків”, а рейтинговий бал останньої компанії в групі “лідерів” (0,792) на 23% вищий за оцінку першої компанії групи “середняків” (0,644). У попередньому випуску Рейтингу по обом цим показникам розриви були більшими - відповідно 85% та 33%.

● **Постачальники продемонстрували різносторонню динаміку розвитку та помітні зміни рейтингових позицій.** ТОП-5 “стрибків”: ТОВ «Одеська обласна ЕК» (+28 позицій), ТОВ “Черкасиенергозбут” (+13), ТОВ “Енерго Збут Транс” (+12), ТОВ “Закарпаттяенергозбут” (+9), ТОВ “Тернопільелектропостач” (+7). ТОП-5 “просідань”: ТОВ “Енера Суми” (-14 позицій), ТОВ “Чернівецька обласна ЕК” (-11), ТОВ “Кіровоградська обласна ЕК” (-10), ТОВ “Енера Схід” (-9), ТОВ “Київська обласна ЕК” та ТОВ “Полтаваенергозбут” (-8).



Причому, результати рейтингування свідчать, що навіть при незначному зростанні рейтингового балу постачальники можуть втрачати свої позиції за рахунок відносно кращих результатів, які продемонстрували інші компанії вибірки.

● **Вищий рейтинг постачальників асоціюється з більшим обсягом продажу та часткою на роздрібному ринку.** Досить високий коефіцієнт кореляції Пірсона (0,77) в цілому свідчить про тісний зв'язок між загальним рейтинговим балом постачальника та обсягом продажу електроенергії. Така закономірність має стимулювати компанії до постійного нарощування конкурентних переваг шляхом покращення онлайн сервісів, створення гнучких, клієнтоорієнтованих комерційних пропозицій, покращення прозорості й масштабування бізнесу шляхом виходу за межі своєї традиційної географії або певної категорії споживачів на загальнонаціональний рівень. Частково ці стратегії вже реалізуються шляхом об'єднання постачальників у групи під спільним брендом.



● **Постачальники універсальних послуг (ПУП) демонструють вищі оцінки порівняно з постачальниками за вільними цінами (ПВЦ) за всіма категоріями Рейтингу, проте розрив між ними продовжують скорочуватися.** Середній бал ПУП (0,511) у півтора рази перевищує аналогічний показник ПВЦ (0,333). При цьому, розрив між цими групами компаній, порівняно з попереднім оцінюванням, ще більше скоротився (приблизно на 13%). Серед постачальників, які займають перші 25 позицій рейтингу, 21 - це ПУП і 4 - ПВЦ, тоді як у попередньому та [пілотному](#) випусках Рейтингу лише 3 та 2 ПВЦ, відповідно, входили у першу половину рейтингу.

● **Середні бали постачальників у рейтингах, сформованих за чотирма категоріями, все ще відчутно різняться.** Разом з тим, компанії продемонстрували кращі результати одразу по всім напрямкам. Найвищий середній бал постачальники отримали у категорії

“Інформування споживачів” (0,640), а найнижчий - у категорії *“Прозорість та ділова активність”* (0,201). Причому, в останній категорії лідери взагалі відсутні, а низькі оцінки пов’язані з несформованою культурою прозорості в частині публікації фінансової та нефінансової звітності. Разом з тим, у порівнянні з попереднім оцінюванням компанії показали істотний прогрес в оприлюдненні звітності. 19 із 50-ти постачальників повністю опублікували фінансову звітність за 2020 рік і ще 4 - частково². При цьому, нефінансову звітність оприлюднили 6 компаній, у той час як у попередньому випуску Рейтингу - жодна. Середні бали постачальників у категоріях *“Онлайн сервіси”* (0,433) та *“Комерційні пропозиції”* (0,446) залишаються доволі низькими. Разом з тим, по обом цим категоріям компанії знову продемонстрували помітний прогрес (середні бали зросли на 22% та 12% відповідно).

● **Значний прогрес компаній у рейтингу можливий -** у разі їхньої готовності надалі підвищувати свою прозорість, впроваджувати сучасні формати онлайн обслуговування, створювати ширший асортимент комерційних пропозицій з урахуванням потреб клієнтів, пропонувати додаткові сервіси, що створюють більшу цінність постачальника для споживачів.

² Оцінювання постачальників проводилося 8-20 вересня 2021 року. Згідно із Законом “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, великі та середні підприємства зобов’язані оприлюднювати річну фінансову звітність на своїй веб-сторінці (у повному обсязі) до 1 червня року, що настає за звітним періодом.

Про рейтинг



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

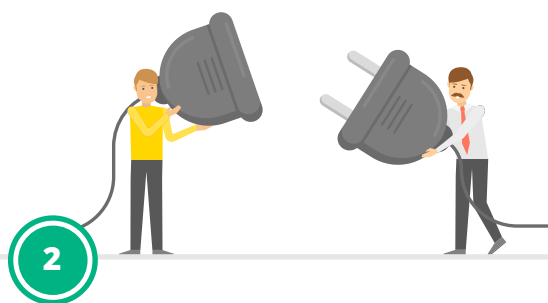
Мета рейтингування - сприяти поступу роздрібного ринку електроенергії з урахуванням кращих європейських практик. Для відстеження розвитку постачальників та ринку в цілому, рейтинг готується двічі на рік.



Основні завдання “Рейтингу постачальників електроенергії”:



1 **Активізувати конкуренцію і стимулювати постачальників** до формування та постійного посилення конкурентних переваг, покращення якості послуг і взаємодії зі споживачами



2 **Допомогти споживачам приймати раціональні 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 ринкової діяльності постачальників. Всі індикатори згруповані в чотири категорії, що відображають різні аспекти роботи компаній на ринку з основним фокусом на взаємодію зі споживачами:



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 електроенергію, надання інших супутніх послуг, які можуть створювати вищу цінність та більш повно задовольняти 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, зокрема в різних регіонах України, що непрямо свідчать про його надійність.

Оцінювання постачальників здійснюється за вибіркою ТОП-50 найбільших компаній (за обсягом постачання та кількістю клієнтів³) на основі моніторингу їхніх офіційних веб-сайтів, які вказані в реєстрах НКРЕКП, а також даних НКРЕКП, отриманих в рамках звітності ліцензіатів.

Максимально можливий рейтинговий бал постачальників у загальному рейтингу та рейтингах за категоріями - 1. Детальніше про вибірку та оцінювання див. у розділі "Методологія".

³Для формування вибірки використовуються показники загального обсягу постачання електроенергії всім групам споживачів і загальної кількості клієнтів (побутових та непобутових) за певний період.

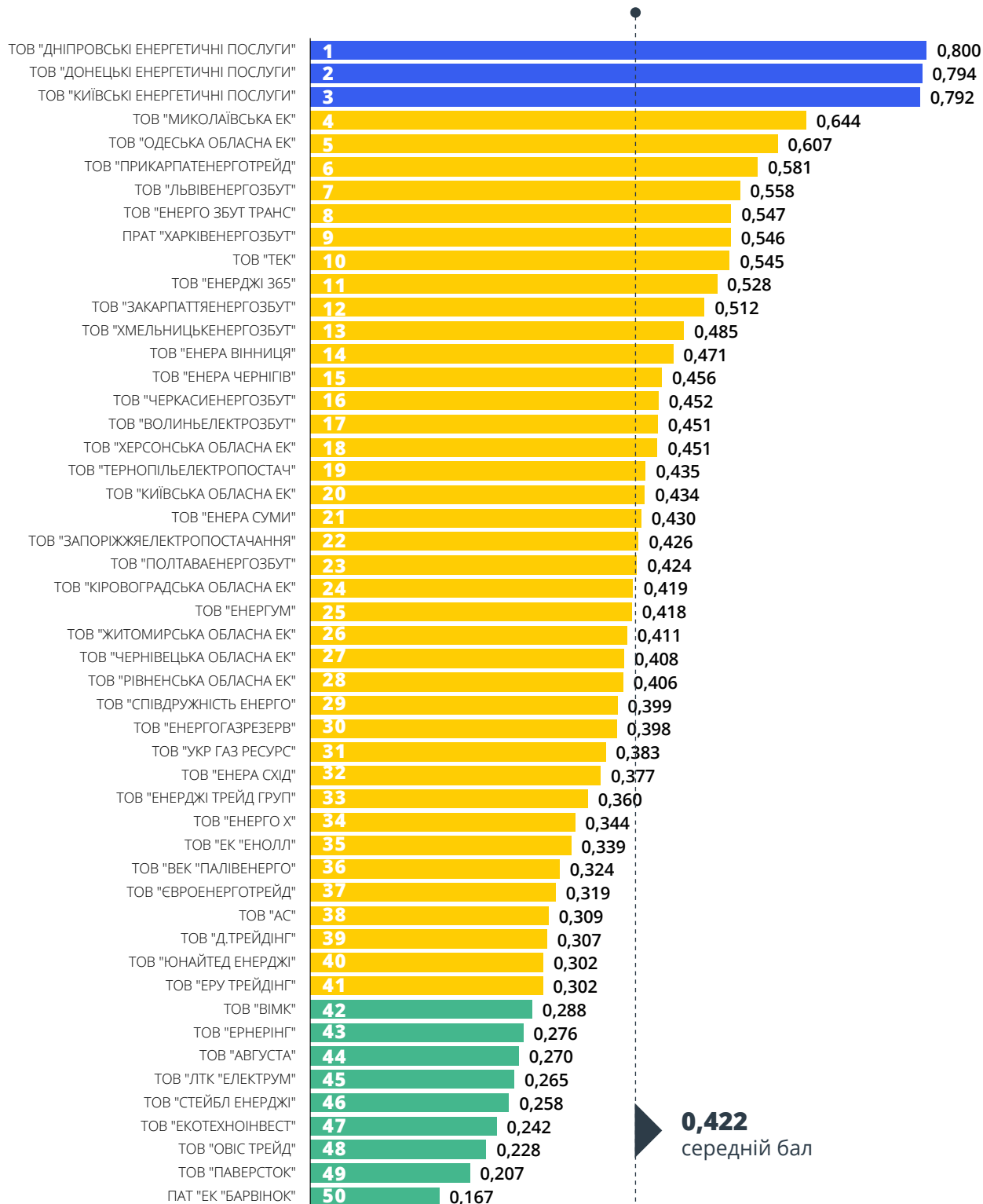
1. Загальний рейтинг постачальників



● Лідери

● Середняки

● Приховані резерви



2. Рейтинги за категоріями



**Онлайн
сервіси**



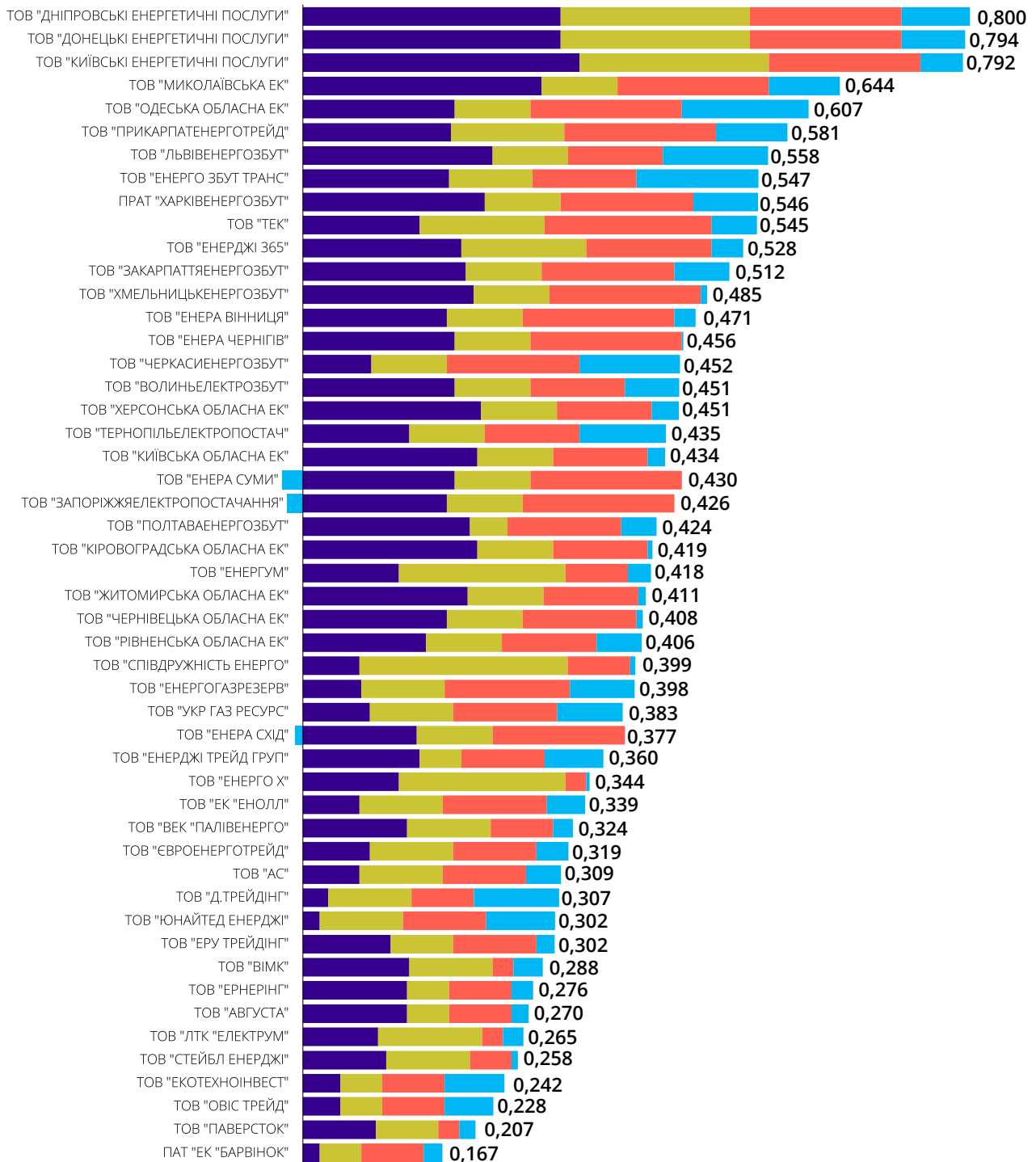
**Комерційні
пропозиції**



**Інформування
споживачів**



**Прозорість та ділова
активність**

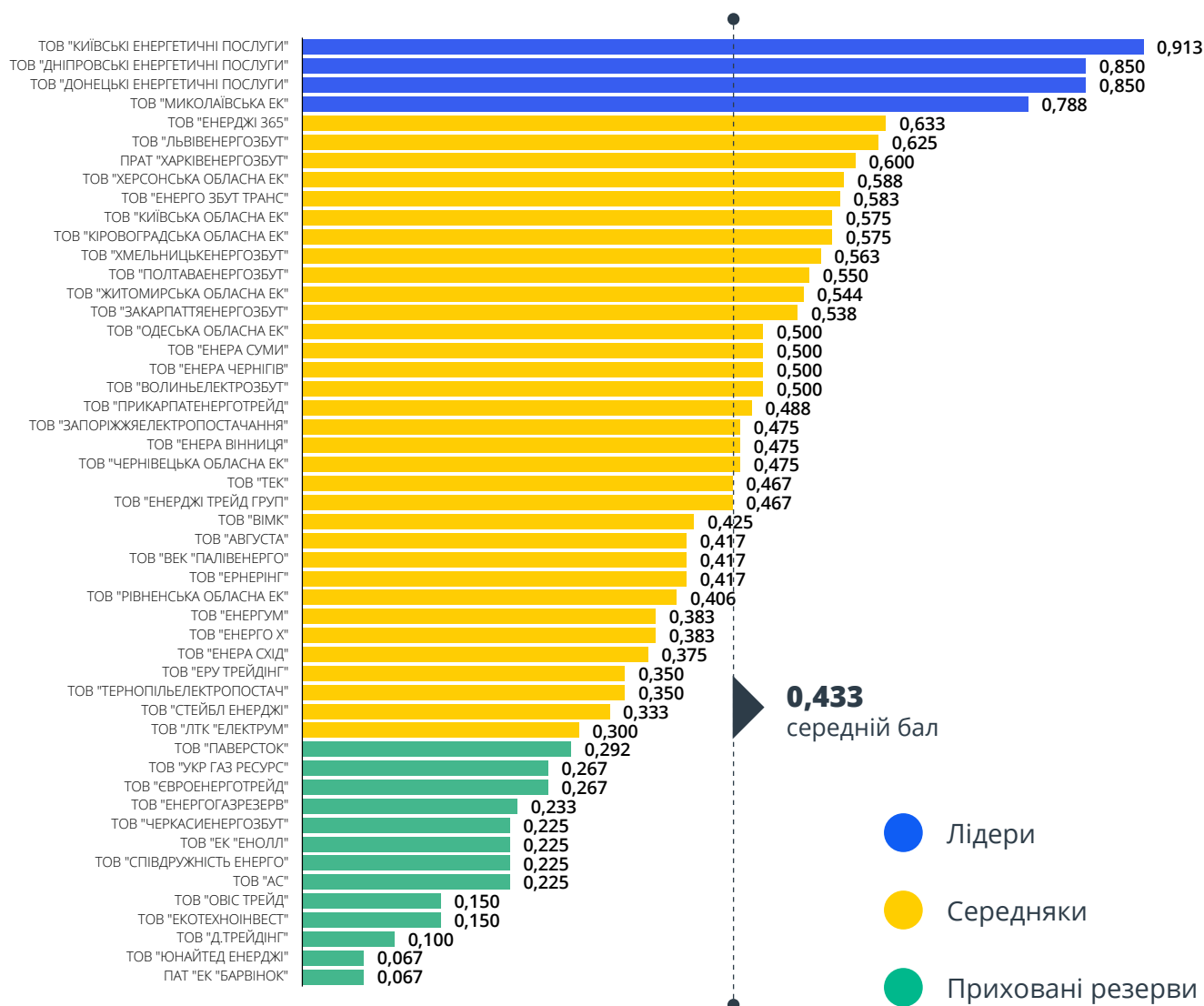
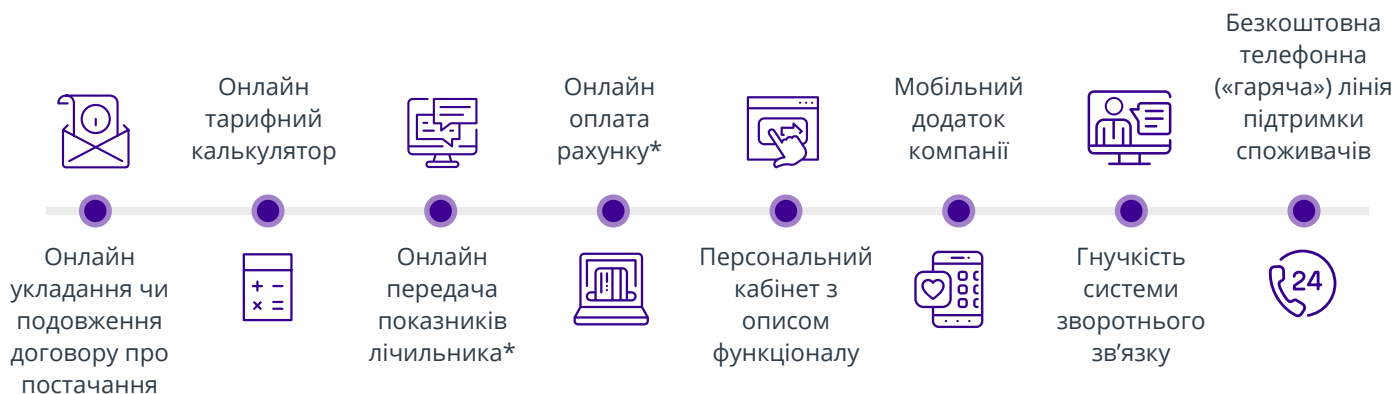




2.1. Онлайн сервіси

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

Індикатори категорії:



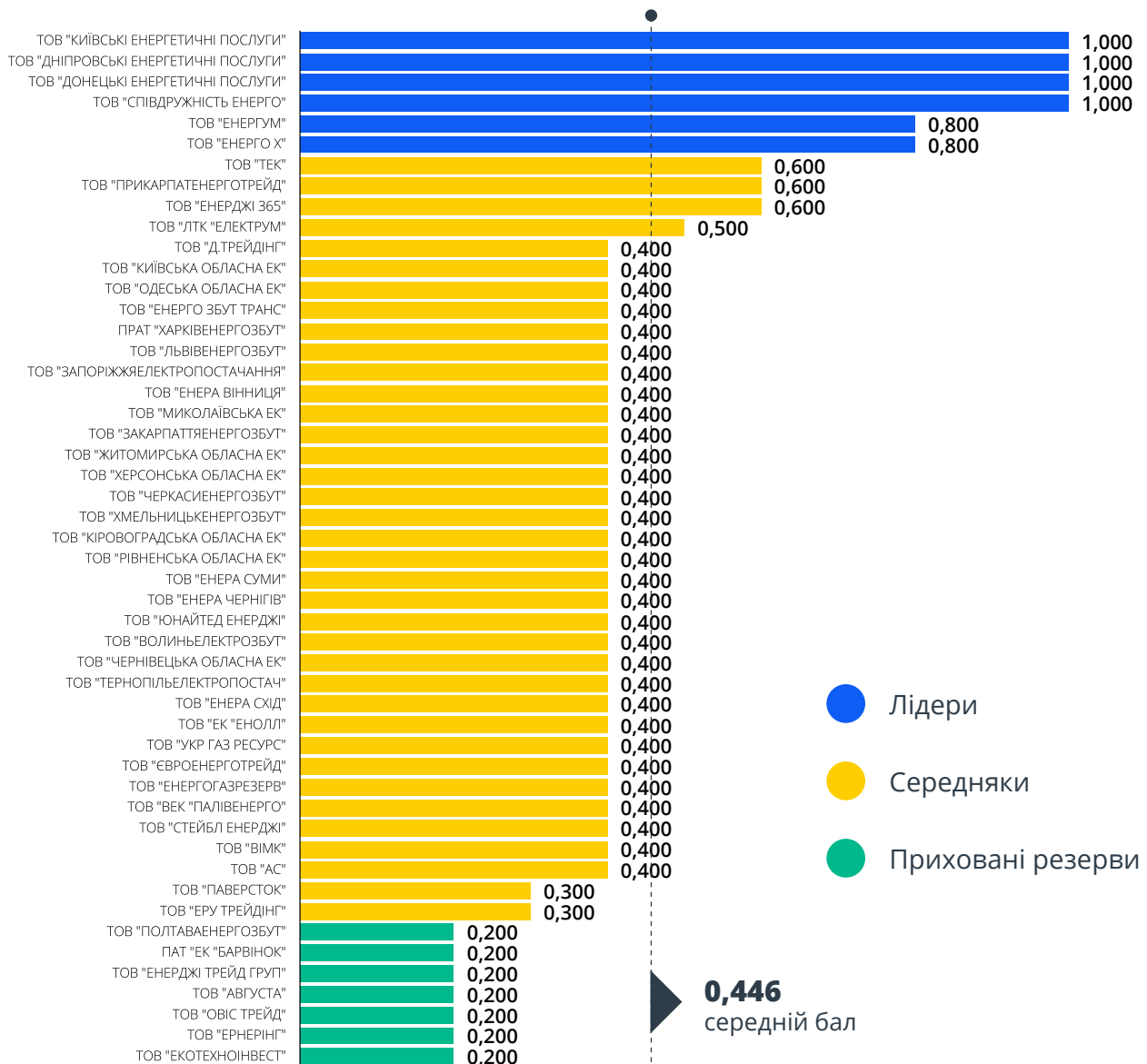
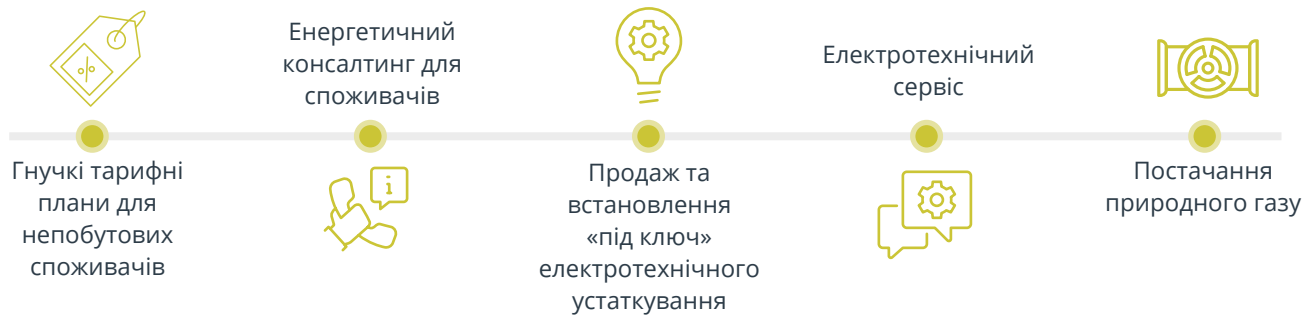
* Індикатор не застосовується до оцінювання постачальників за вільними цінами (ПВЦ)



2.2. Комерційні пропозиції

Категорія характеризує рівень клієнтоорієнтованості та гнучкості постачальників при визначенні цін на електроенергію, надання інших супутніх послуг, які можуть створювати вищу цінність та більш повно задовольняти потреби споживачів.

Індикатори категорії:

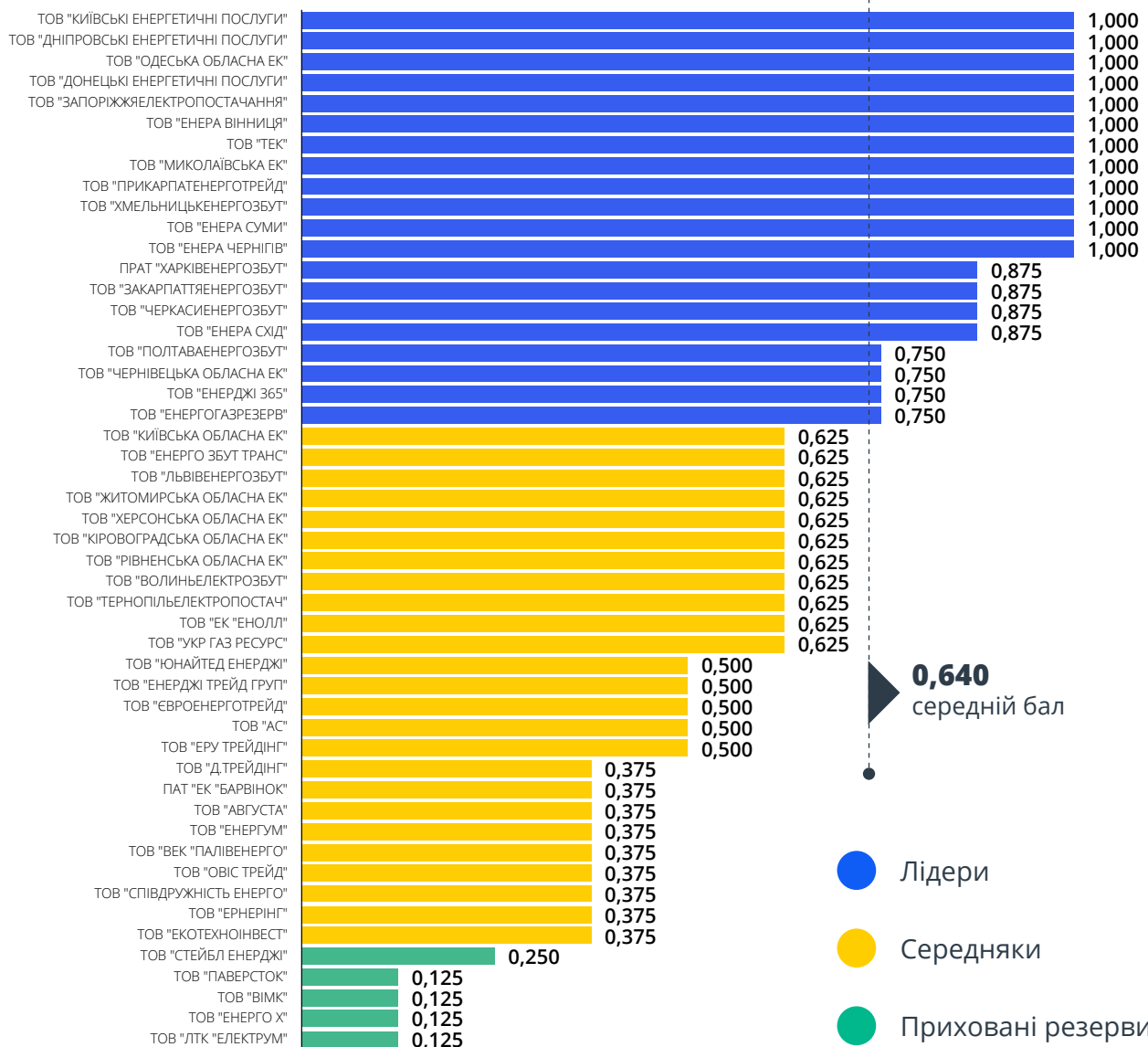
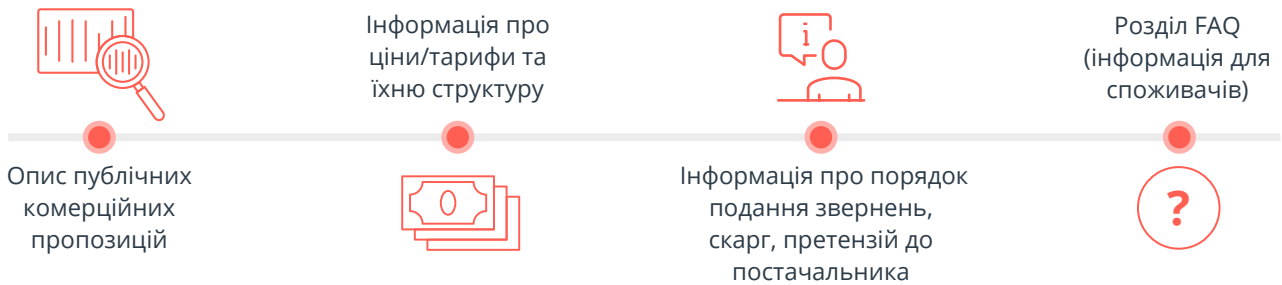




2.3. Інформування споживачів

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

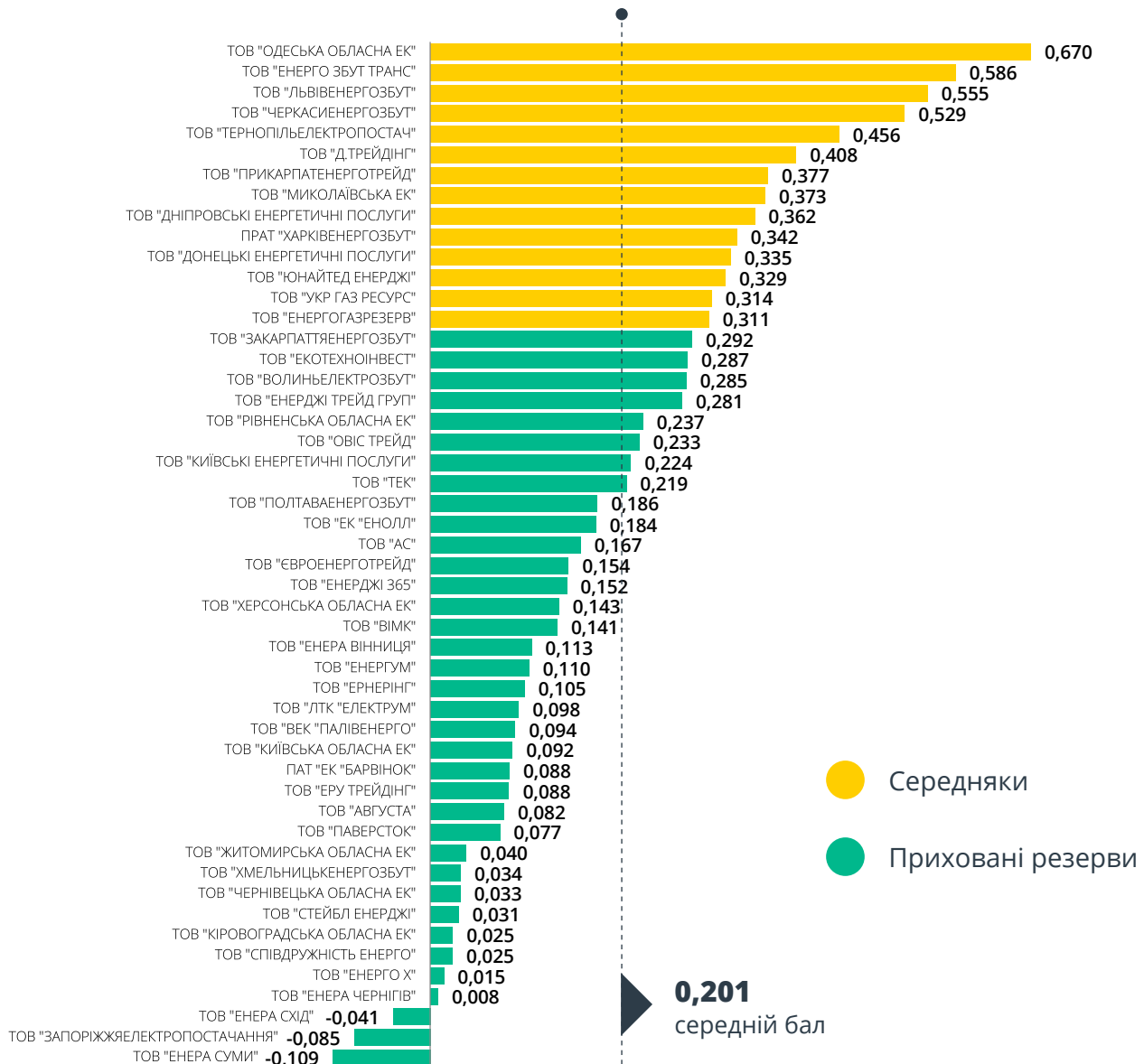
Індикатори категорії:





2.4. Прозорість та ділова активність

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



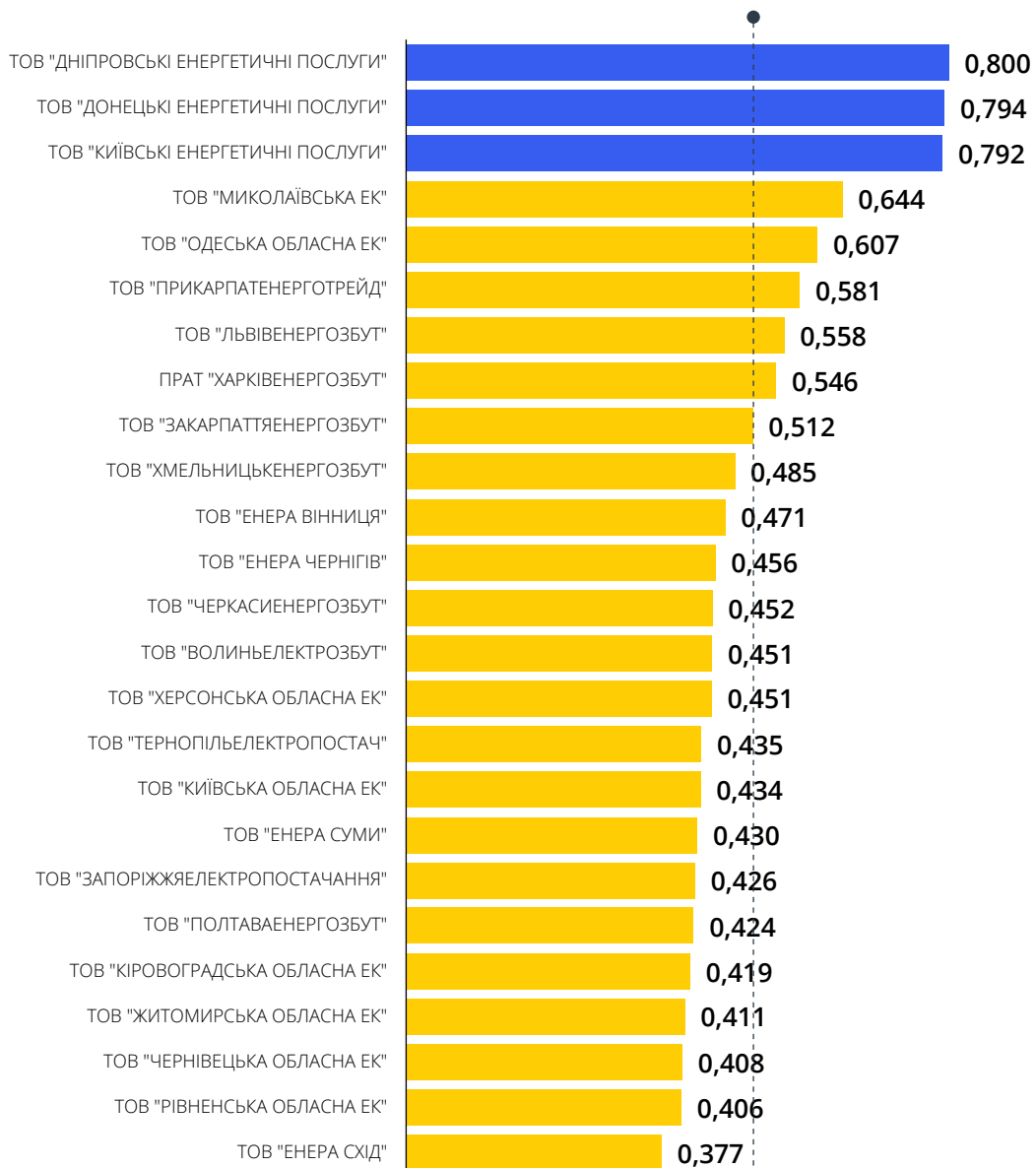
3. Рейтинги за ринковим статусом



3.1. Постачальники універсальних послуг

● Лідери

● Середняки



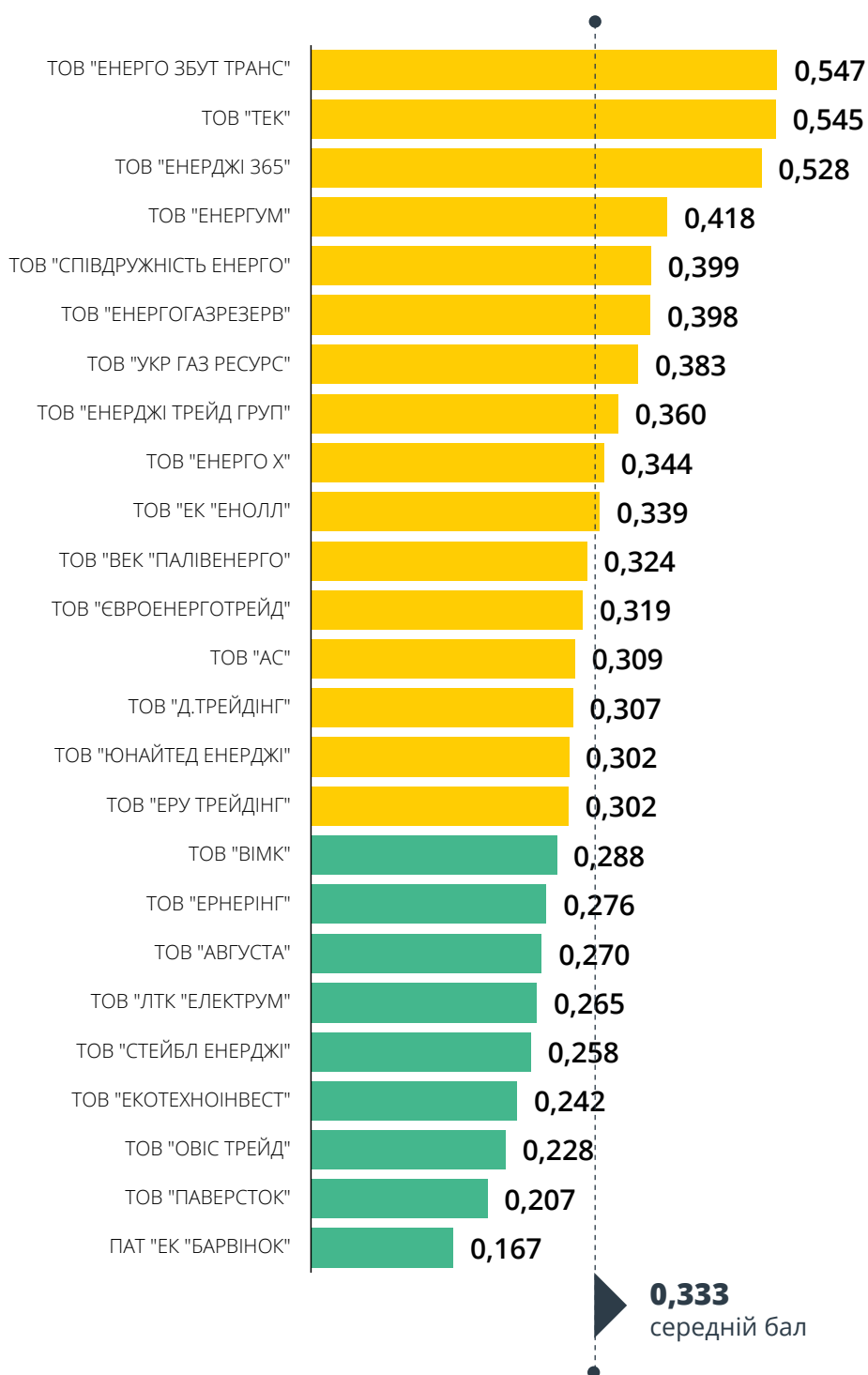
0,511
середній бал



3.2. Постачальники за вільними цінами

● Середняки

● Приховані резерви



4. Аналітика рейтингів



Зміни на роздрібному ринку електроенергії спричинили оновлення складу ТОП-50 постачальників. Коефіцієнт оновлення вибірки⁴ становить 12%, тобто у поточний випуск Рейтингу (друге півріччя 2021 року) увійшло 6 нових постачальників.

Середній рейтинговий бал постачальників істотно виріс, а рівень їхнього розвитку продовжує вирівнюватися.

Порівняно з [попереднім випуском](#) Рейтингу, середній рейтинговий бал ТОП-50 компаній виріс із 0,359 до 0,422 (+18%), що демонструє відчутний прогрес та удосконалення роботи постачальників на ринку. Окрім цього, продовжує зростати однорідність вибірки, що свідчить про тенденцію поступового скорочення розривів між постачальниками. Дисперсія за загальним рейтинговим балом компаній скоротилася на 5,7%, а коефіцієнт варіації знизився із 41,3% до 34,1%.

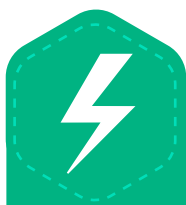
⁴ Коефіцієнт оновлення вибірки обчислюється діленням кількості нових компаній у вибірці, порівняно з попереднім випуском Рейтингу, на загальну кількість компаній у вибірці (50).

Розподіл постачальників за групами змінився за рахунок міграції з групи «приховані резерви» до «середняків».

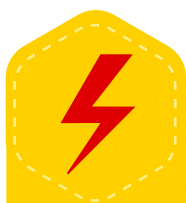
При цьому, помітний прогрес продемонстрували одразу всі групи компаній. Як і у попередньому випуску Рейтингу, до групи «лідерів» увійшли лише три постачальника, натомість кількість «середняків» істотно зросла із 27 до 38 за рахунок переходу 11-ти компаній з групи «приховані резерви», чисельність якої скоротилася з 20 до 9 компаній. Все ще зберігається помітний відрив групи «лідерів» від «середняків», проте він поступово скорочується - середній рейтинговий бал «лідерів» на 83% перевищує оцінку «середняків», а рейтинговий бал останньої компанії в групі «лідерів» (0,792) на 23% вищий за оцінку першої компанії групи «середняків» (0,644). У попередньому випуску Рейтингу по обом цим показникам розриви були більшими і становили, відповідно, 85% та 33%. При цьому, на фоні відчутного зростання середнього рейтингового балу ТОП-50 компаній вибірки (+18%), найбільш помітно рівень розвитку зріс у групі «приховані резерви».

Група	Середній рейтинговий бал за групами		Динаміка середнього рейтингового балу
	В2-2021	В1-2021	
Лідери	0,795	0,760	+4,7% ↑
Середняки	0,434	0,411	+5,7% ↑
Приховані резерви	0,245	0,227	+7,7% ↑

Постачальники продемонстрували помітні зміни рейтингових позицій. Окремі компанії, які входять до ТОП-5 поточного та попереднього випусків Рейтингу, показали як значний прогрес, так і регрес у своїй діяльності на ринку.


ТОП-5 "стрибків"

	Зміна позиції у рейтингу	Динаміка рейтингового балу
ТОВ "ОДЕСЬКА ОБЛАСНА ЕК"	+28	+112,2% ↑
ТОВ "ЧЕРКАСИЕНЕРГОЗБУТ"	+13	+46,3% ↑
ТОВ "ЕНЕРГО ЗБУТ ТРАНС"	+12	+37,3% ↑
ТОВ "ЗАКАРПАТТЯЕНЕРГОЗБУТ"	+9	+28,6% ↑
ТОВ "ТЕРНОПІЛЬЕЛЕКТРОПОСТАЧ"	+7	+28,1% ↑

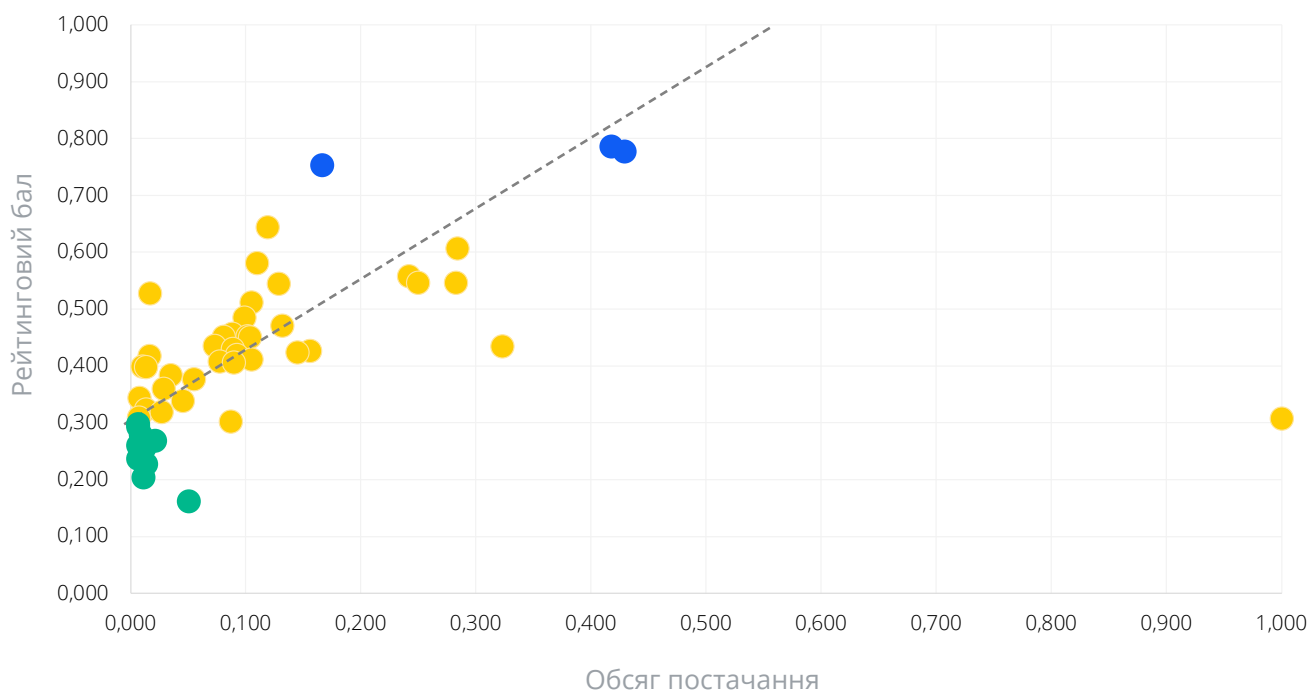

ТОП-5 "просідань"

	Зміна позиції у рейтингу	Динаміка рейтингового балу
ТОВ "ЕНЕРА СУМИ"	-14	-11,0% ↓
ТОВ "ЧЕРНІВЕЦЬКА ОБЛАСНА ЕК"	-11	-2,0% ↓
ТОВ "КІРОВОГРАДСЬКА ОБЛАСНА ЕК"	-10	-0,9% ↓
ТОВ "ЕНЕРА СХІД"	-9	-3,3% ↓
ТОВ "КИЇВСЬКА ОБЛАСНА ЕК"	-8	-0,8% ↓
ТОВ "ПОЛТАВАЕНЕРГОЗБУТ"		+1,7% ↑

Причому, результати оцінювання та рейтингування компаній показують, що навіть при незначному зростанні загального рейтингового балу постачальники можуть втрачати

свої позиції у рейтингу за рахунок відносно кращих результатів, які продемонстрували інші компанії вибірки.

Обсяг постачання відносно рейтингового балу:



● Лідери

● Середняки

● Приховані резерви

Вищий рейтинг постачальників асоціюється з більшим обсягом продажу та часткою на роздрібному ринку. Досить високий коефіцієнт лінійної кореляції Пірсона (0,77)⁵ в цілому свідчить про тисний зв'язок між загальним рейтинговим балом постачальників та обсягом продажу ними електроенергії.

Така закономірність має стимулювати компанії до постійного нарощування конкурентних переваг шляхом покращення якості онлайн сервісів, розширення та створення більш гнучких, клієнтоорієнтованих комерційних пропозицій для споживачів, а також покращення прозорості й масштабування бізнесу шляхом виходу за межі

своїєї традиційної географії (міста/області/регіону) або певної категорії споживачів на загальнонаціональний рівень. Частково ці стратегії вже реалізуються шляхом об'єднання постачальників у групи з метою кращого маркетингу, діджиталізації та розвитку сервісних послуг, зокрема під спільним брендом (напр., Yasno, Tolk).

Середні бали постачальників у рейтингах, сформованих за чотирима категоріями, все ще істотно різняться. Разом з тим, компанії продемонстрували кращі результати одразу по всіх напрямкам. Найвищі рейтингові бали постачальники демонструють у категорії "Інформування споживачів" (середній бал компаній - 0,640), оскільки індикатори цієї категорії переважно ґрунтуються на конкретних нормативних вимогах щодо публікації ліцензіатами

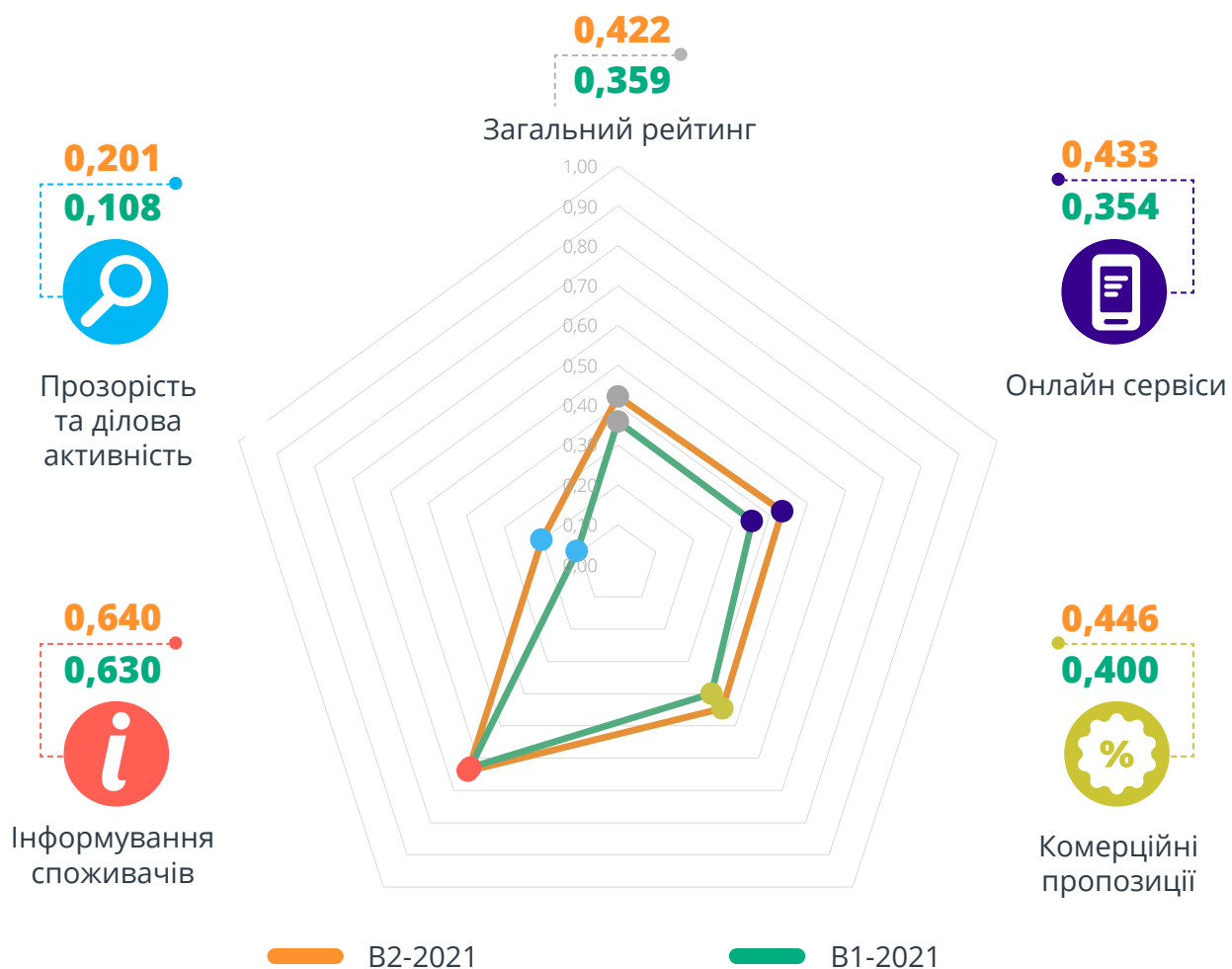
⁵ Коефіцієнт кореляції обчислено без урахування однієї компанії, що є статистичною девіацією.

НКРЕКП інформації. До того ж, це найменш ресурсомісткий компонент діяльності постачальників. Середня оцінка компаній у цій категорії порівняно з попереднім випуском Рейтингу зросла на 2%.

Середні бали постачальників у категоріях "Онлайн сервіси" (0,433) та "Комерційні пропозиції" (0,446) залишаються доволі низькими, що свідчить про значний резерв компаній для покращення діяльності у цих напрямках. Разом з тим, по обом категоріям постачальники знову продемонстрували помітний прогрес (середні рейтингові бали зросли на 22% та 12% відповідно).

Найнижчий середній бал постачальники отримали в категорії "Прозорість та ділова активність" (0,201), що передусім пов'язано з поки що несформованою культурою прозорості в частині публікації фінансової та нефінансової звітності. Це єдина категорія Рейтингу, де відсутня група лідируючих компаній. Разом з тим, у порівнянні з попереднім оцінюванням компанії показали істотний прогрес у публікації звітності. 19 з 50-ти постачальників повністю опублікували свою фінансову звітність за 2020 рік (на момент оцінки) і ще 4 - частково. При цьому, нефінансову звітність опублікували 6 компаній.

Середній рейтинг по категоріям:

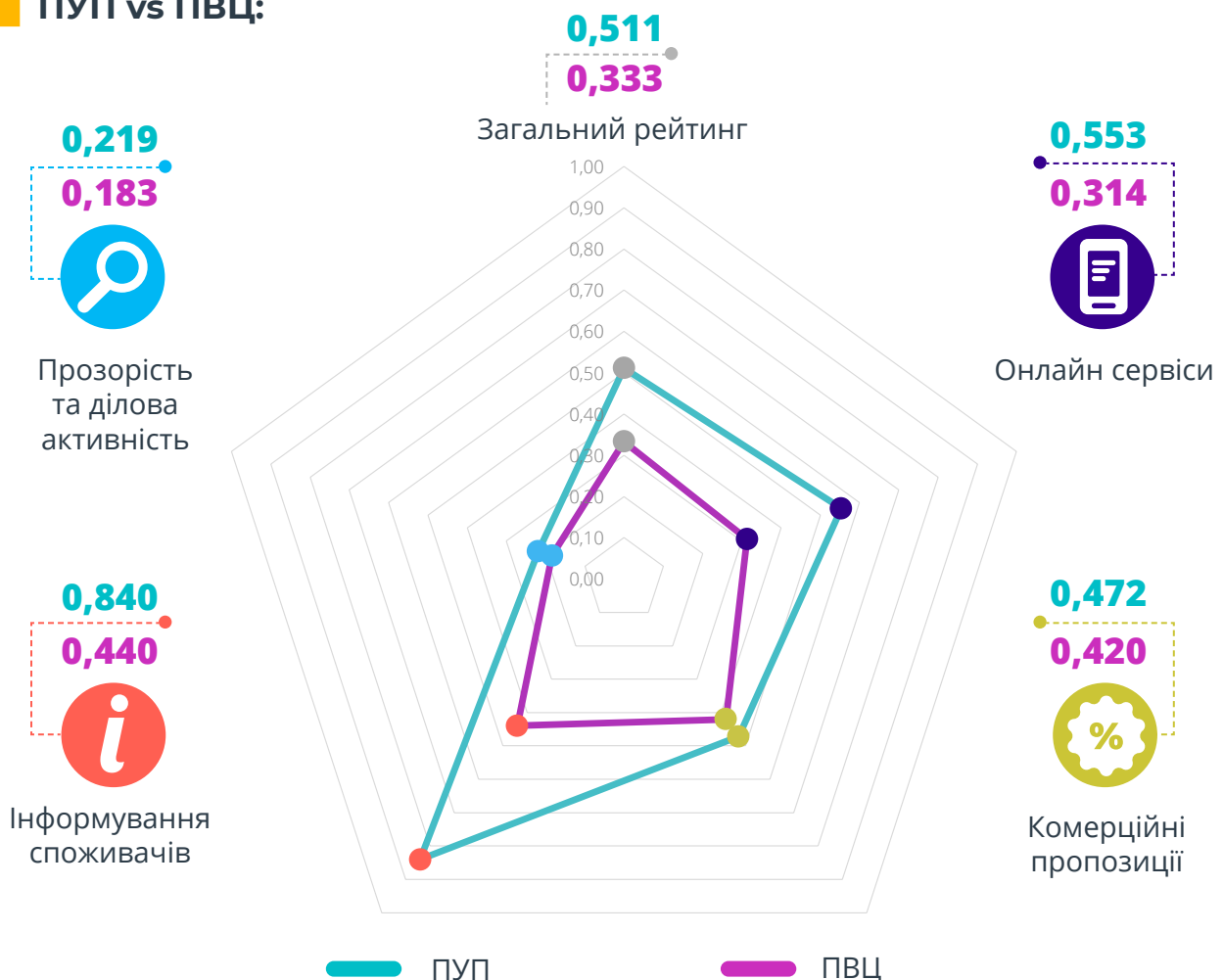


Постачальники універсальних послуг (ПУП) демонструють вищі оцінки порівняно з постачальниками за вільними цінами (ПВЦ) за всіма категоріями рейтингу, проте розриви між ними продовжують скорочуватися. Середній загальний бал ПУП (0,511) у півтора рази перевищує аналогічний показник ПВЦ (0,333). При цьому, розрив між цими групами компаній, порівняно з попереднім оцінюванням, ще більше скоротився (приблизно на 13%). Серед постачальників, які займають перші 25 позицій рейтингу, 21 - це ПУП і 4 - ПВЦ, тоді як у попередньому та [пілотному](#) випусках Рейтингу лише 3 та 2 ПВЦ, відповідно, входили у першу половину рейтингу.

Найбільший розрив між групами ПУП і ПВЦ спостерігається у категорії "Інформування споживачів". Середній бал ПУП (0,840) майже удвічі перевищує оцінку ПВЦ (0,440). Хоча розрив між ними у цій категорії, порівняно з попереднім оцінюванням, скоротився на 5%.

Також у категорії "Онлайн сервіси" поки ще спостерігається відчутний відрив ПУП (0,533) від ПВЦ (0,314), проте він значно скоротився з 2,17 до 1,76 разів (на 19%). Це свідчить, що постачальники за вільними цінами почали приділяти більше уваги розвитку онлайн сервісів для кращої взаємодії зі споживачем. Окрім цього, прогрес частково обумовлений методологічними

ПУП vs ПВЦ:



змiнами, оскільки у поточному випуску Рейтингу до ПВЦ не застосовувалось два iндикатори цiєї категорiї (див. Додаток А).

Незважаючи на зростання середнього балу обох груп постачальників у категорiї "Комерційнi пропозицiї", ПВЦ показали помiтнiший прогрес (головним чином, компанiї розширили асортимент комерційних пропозицiй для споживачiв). За рахунок цього, середнiй бал ПУП (0,472) наразi практично сiвставний з оцiнкою ПВЦ (0,420), а розрив мiж ними скоротився майже 14%.

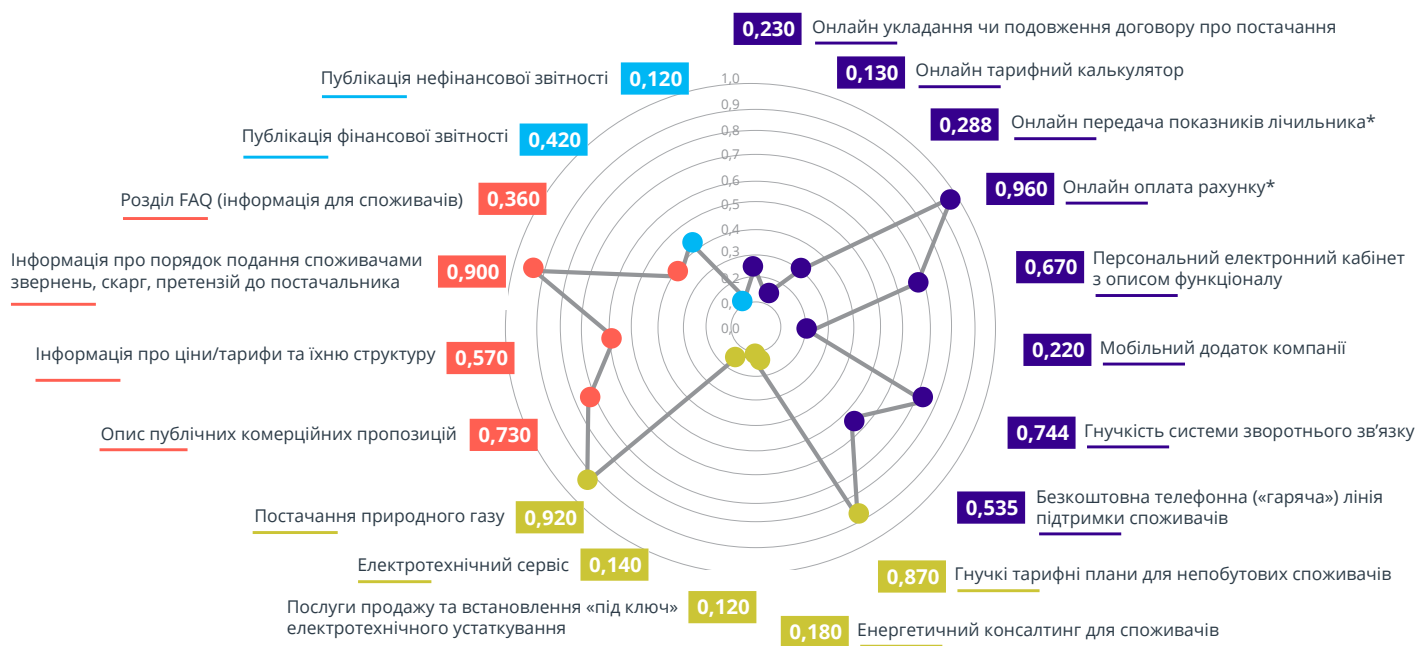
Також вiдносно невеликий розрив (1,2 рази) мiж компанiями цих груп спостерiгаються у категорiї "Прозорiсть та дiлова активнiсть". Зростання оцiнок обох груп постачальникiв у цiй категорiї (0,219 i 0,183)

пояснюється iстотним прогресом в оприлюдненнi фiнансової та нефiнансової звітностi за попереднiй рiк.

Середнi рейтинговi бали постачальникiв за рiзними iндикаторами iстотно вiдрiзняються. Найвищi оцiнки (0,7 i вище) компанiї отримали по таким iндикаторам:

- Онлайн оплата рахункiв - 0,960;
- Постачання газу - 0,920;
- Iнформацiя про порядок подання звернень, скарг, претензiй до постачальника - 0,900;
- Гнучкi тарифнi плани для непобутових споживачiв - 0,870;
- Гнучкiсть системи зворотного зв'язку - 0,744;
- Опис публiчних комерційних пропозицiй - 0,730.

Середнi оцiнки за iндикаторами:



* Індикатор не застосовується до оцінювання постачальникiв за вiльними цiнами (ПВЦ)



Натомість **найнижчі середні бали** (до 0,3) постачальники отримали за індикаторами:

- Онлайн передача показників лічильника⁶ - 0,288;
- Онлайн укладання чи подовження договору постачання - 0,230;
- Мобільний додаток компанії - 0,220;
- Енергетичний консалтинг для споживачів - 0,180;
- Електротехнічний сервіс - 0,140;
- Онлайн тарифний калькулятор - 0,130;
- Продаж та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування - 0,120;
- Публікація нефінансової звітності - 0,120.

У категоріях “Онлайн сервіси” та “Комерційні пропозиції”, до яких належить більшість згаданих індикаторів, постачальники мають найбільший резерв для вдосконалення своєї діяльності і підвищення рейтингу.

У порівнянні з попереднім випуском Рейтингу, постачальники показали помітний **прогрес за середніми балами по таким індикаторам:**

- Публікація нефінансової звітності (+6 компаній)
- Публікація фінансової звітності (+366,7%);
- Онлайн передача показників лічильника (+105,7%);
- Онлайн оплата рахунків (+100,0%);
- Мобільний додаток компанії (+57,1%);
- Онлайн тарифний калькулятор (+44,4%);
- Електротехнічний сервіс (+40,0%).

Разом з тим, без змін залишилася оцінка компаній по індикатору “Інформація про порядок подання звернень, скарг, претензій до постачальника”, а по індикатору “Розділ FAQ (інформація для споживачів)” постачальники отримали дещо нижчий середній бал (-5,3%).

⁶ Індикатор не застосовується до оцінювання постачальників за вільними цінами (ПВЦ)



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 електроенергії 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 електроенергії по 22-м індикаторам.

Оцінювання відбувається на основі *аналізу відкритих джерел* - офіційних веб-сайтів постачальників, які вказані в реєстрах НКРЕКП, 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 електричної енергії в Україні, норм відповідного законодавства ЄС в частині регулювання ринку електроенергії, а також кращих європейських практик ринкової діяльності постачальників.

Всі індикатори Рейтингу є рівновагими і згруповані в чотири категорії:

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

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

Вибірка

Вибірка електропостачальних компаній формується на основі двох критеріїв:

- обсяг поставленої споживачам електроенергії за певний період⁷;
- кількість споживачів, яким компанія постачає електроенергію (до вибірки увійшли компанії, що мають більше 100 клієнтів)⁸.

⁷ У цьому випуску рейтингу використовується сумарний обсяг поставленої компанією електроенергії усім групам споживачів за січень-червень 2021 року.

⁸ Береться до уваги загальна кількість клієнтів (побутових та непобутових) у постачальника.

Розпорядником цих даних є НКРЕКП. Завдяки двокритеріальній основі формування вибірки та її розміру, оцінювання охоплює біля 80% роздрібного ринку електроенергії і є високо репрезентативним. При цьому частка ринку найменшої за обсягом постачання компанії, що увійшла до вибірки, становить близько 0,08% ринку.

У вибірку ТОП-50 не включено постачальника “останньої” надії (ПОН), оскільки це компанія з унікальним статусом на ринку. Окремі умови та результати її діяльності є законодавчо, а не ринково, обумовленими, отже повноцінне порівняння ПОН з іншими постачальниками є ускладненим.

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 електроенергії” та “Кількість договорів постачальника з різними ОСР” (на основі даних НКРЕКП) застосовується нормалізація, шляхом ділення показника компанії на максимальне значення за цим індикатором у вибірці. Індикатор “Зміна кількості побутових споживачів” категорії “Прозорість та ділова активність” може набувати значень від -1 до 1.



Визначення рейтингових балів⁹ компанії і відповідних позицій у рейтингу здійснюється шляхом розрахунку простої середньої з оцінок, отриманих постачальником по всім застосовним індикаторам. Окрім загального рейтингу компаній, також сформовані рейтинги за чотирма категоріями, що допоможе споживачам краще фокусуватись при виборі постачальника на особистих преференціях і потребах.

⁹ Рейтинговий бал постачальника округлюється до трьох знаків після коми.

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 (не включно);
- “Приховані резерви” - бал до 0,3 (не включно).

Обмеження дослідження

- Вибірка з 50-ти найбільших постачальників охоплює біля 80% роздрібного ринку електроенергії серед більш як 900-та чинних ліцензіатів НКРЕКП.

- Рейтинг не порівнює цінові пропозиції постачальників, оскільки для цього мають використовуватись спеціальні інструменти (*price comparison tools*), широко розповсюджені в європейській практиці.


- Оцінювання компаній проведено протягом 8-20 вересня 2021 року, тоді як вибірка сформована на основі даних НКРЕКП за січень-червень 2021 року.

- 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.






Додаток А. Набір індикаторів оцінювання постачальників електроенергії

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 про 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 вказанням особистих даних, опцією вибору тарифного плану 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 тарифних планів	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 електроенергії, інші показники для оцінювання витрат на оплату електроенергії та підбору оптимального тарифного плану для споживача.	
	1.3. Комерційний облік і платежі	1.3.1. Онлайн передача показників лічильника¹⁰	1 - надана інформація про всі 5 способів, 0,8 - надана інформація про 4 способи, 0,6 - надана інформація про 3 способи, 0,4 - надана інформація про 2 способи, 0,2 - надана інформація про 1 спосіб, 0 - інформація відсутня	Наявність на сайті постачальника інформації про сервіси, які надаються постачальником для передачі споживачами показників лічильника, зокрема через: 1) спеціальне поле на сайті без необхідності входу до персонального кабінету, 2) персональний кабінет, 3) кол-центр, 4) смс, 5) месенджери.	
			1.3.2. Онлайн оплата рахунків¹¹	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника спеціального поля, де можна здійснити оплату споживання електроенергії без входу до персонального кабінету.
			1.3.3. 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, оплата за електроенергію, перегляд історії платежів, перегляд історії споживання, подача скарги та ін.
			1.3.4. 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 кол-центру та трьох інших засобів зв'язку, 0,6 - наявність кол-центру та двох інших засобів зв'язку, 0,4 - наявність кол-центру та ще одного засобу зв'язку, 0,2 - відсутність кол-центру та наявність інших засобів зв'язку, 0 - відсутність будь-яких варіантів зворотного зв'язку	Наявність на сайті постачальника телефону(ів) гарячої лінії (кол-центру); 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 – 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).	


¹⁰ Індикатор не застосовується до постачальників за вільними цінами (ПВЦ)


¹¹ Індикатор не застосовується до постачальників за вільними цінами (ПВЦ)

Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 2. Комерційні пропозиції	2.1. Диференціація комерційних пропозицій	2.1.1. Гнучкі тарифні плани для побутових споживачів¹²	1 - три і більше комерційні пропозиції, 0,5 - дві комерційні пропозиції, 0 - єдина комерційна пропозиція для всіх побутових споживачів	Наявність на сайті постачальника різних актуальних тарифних планів на вибір клієнта (в межах певної території) та/або інформації про можливість укладання договорів про постачання електроенергії на індивідуальних комерційних умовах із вказанням конкретних критеріїв диференціації ціни та можливості заповнення клієнтом відповідного опитувального листа/анкети на сайті постачальника. Диференціація тарифних планів може напр., забезпечуватись залежно від таких умов: - тип споживача (бюджетна установа, промисловий споживач, с/г споживач тощо), - період обліку та тарифікації споживання (за часовими зонами всередині доби (зонні ціни), за добу (середньодобова ціна), за місяць (середньомісячна ціна) та ін.); - місячний/річний обсяг споживання електроенергії, - період оплати (аванс, постфактум) чи інші умови. * За умов повного відкриття ринку варто додати аналогічний показник для побутових клієнтів постачальника.
	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 електроспоживання, способів енергозбереження тощо), інших питань (профільне юридичне, економічне консультування), та/чи послуг енергоаудиту.
	2.2.2. Продаж та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування	1 - наявність послуг продажу і встановлення «під ключ» устаткування, 0,5 - наявність лише послуг продажу устаткування, 0 - послуги продажу устаткування відсутні	Надання через сайт постачальника послуг продажу та встановлення «під ключ» електротехнічного устаткування для споживачів (напр., елементів смарт-систем, лічильників, засобів освітлення, електроопалення, стабілізаторів напруги, інших електротехнічних приладів). Встановлення «під ключ» включає у себе доставку, монтаж, налагодження, післяпродажне обслуговування ¹³ .	
	2.2.3. Електротехнічний сервіс	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним електротехнічного сервісу споживачам, що може включати напр., виклик електротехнічного фахівця/електрика для ремонту елементів електромережі, монтажу та налагодження електротехнічного устаткування, надання консультацій щодо користування електротехнікою.	
	2.2.4. Постачання природного газу	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника інформації про надання ним послуг постачання природного газу споживачам додатково до постачання електроенергії.	

¹² За умов повного відкриття роздрібного ринку електроенергії варто додати аналогічний показник для побутових клієнтів постачальника.

¹³ Окрім послуг, які можуть надавати виключно ОСР.

Категорія	Підкатегорія	Індикатор	Особливості оцінювання (шкала)	Характеристика змісту індикатора
 3. Інформування споживачів	3.1. Інформація про комерційні пропозиції	3.1.1. Опис публічних комерційних пропозицій	1 - повний опис комерційних пропозицій, 0,5 - неповний опис комерційних пропозицій, 0 - відсутні описи комерційних пропозицій. У разі наявності кількох комерційних пропозицій на сайті постачальника, оцінка виставляється по «найгіршому» варіанту	Наявність на сайті постачальника опису актуальної публічної комерційної пропозиції, яка повинна мати унікальну назву в межах одного електропостачальника та містити таку інформацію: 1) ціну на електричну енергію, у т.ч. диференційовані ціни та критерії диференціації; 2) визначену в ліцензії на провадження господарської діяльності з розподілу (передачі) територію здійснення діяльності оператора системи, доступ до якої має електропостачальник і на якій пропонує відповідну комерційну пропозицію; 3) спосіб оплати; 4) термін (строк) виставлення рахунку за спожиту електричну енергію та термін (строк) його оплати; 5) визначення способу оплати послуг з розподілу електричної енергії через електропостачальника з наступним переведенням цієї оплати електропостачальником оператору системи або напряду з оператором системи (необхідно обрати лише один з варіантів); 6) розмір пені за порушення строку оплати або штраф; 7) зобов'язання надавати компенсації споживачу за недотримання електропостачальником комерційної якості надання послуг; 8) наявність або відсутність штрафу за дострокове припинення дії договору, розмір штрафу; 9) строк дії договору та умови пролонгації; 10) урахування пільг, субсидій; 11) можливість постачання захищеним споживачам.
		3.1.2. Інформація про ціни/тарифи та їхню структуру	1 - надана інформація про величини та структуру цін/тарифів на електроенергію, 0,5 - надана інформація лише про величини цін/тарифів на електроенергію, 0 - інформація відсутня	Наявність на сайті постачальника інформації про величини та структуру (зокрема, товарна, транспортна складові, постачання, податки тощо) цін/тарифів на електричну енергію для споживачів.
	3.2. Інформація про стандарти обслуговування та інша корисна інформація	3.2.1. Інформація про порядок подання споживачами звернень, скарг, претензій до постачальника	1 - так, 0 - ні	Наявність на сайті постачальника інформації щодо порядку подання та розгляду електропостачальником звернень, скарг та претензій споживачів щодо надання послуг з постачання електричної енергії із зазначенням відповідних контактних даних (адреси, телефонів, веб-сторінок) електропостачальника.
		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 (за період, що передує року, у якому здійснюється оцінка), 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 (за період, що передує року, у якому здійснюється оцінка).
	4.2. Ділова активність	4.2.1. Загальний обсяг постачання електроенергії	Оцінка індикатора розраховується діленням показника компанії за попередній піврічний період на найбільше значення показника за цим індикатором у досліджуваній вибірці компаній.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії, її досвіду та надійності. Величина індикатору розраховується за даними звітності ліцензіатів, розпорядником яких є НКРЕКП.
		4.2.2. Кількість договорів постачальника з різними ОСР (при фактичному обсязі постачання за певний період вище порогового рівня 1 млн кВт-год)	Оцінка індикатора розраховується діленням показника компанії за попередній піврічний період на найбільше значення показника за цим індикатором у досліджуваній вибірці компаній.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії, її досвіду та надійності. Величина індикатору розраховується за даними звітності ліцензіатів, розпорядником яких є НКРЕКП.
		4.2.3. Зміна кількості побутових споживачів	Оцінка індикатора розраховується діленням показника компанії за попередній піврічний період на найбільше значення за цим індикатором у досліджуваній вибірці компаній при додатньому прирості та найбільше від'ємне по модулю - при від'ємному.	Показник опосередковано відображає рівень ділової активності компанії та лояльності до неї клієнтів. Величина індикатору розраховується за даними звітності ліцензіатів, розпорядником яких є НКРЕКП.



dixigroup.org